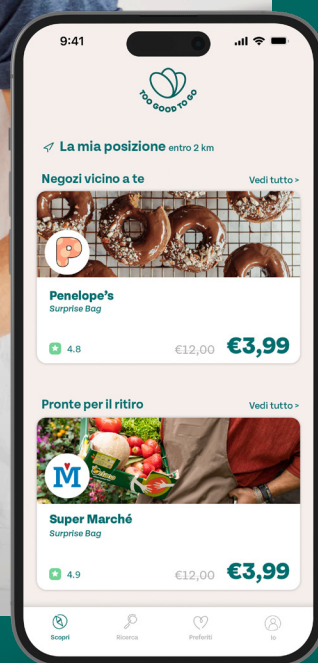




IMPACT REPORT 2022



Combattiamo insieme lo spreco alimentare



INDICE

Impact Report 2022

- 04 Due parole dagli eroi di tutti i giorni
- 06 Una parola dal nostro CEO
- 08 L'app

14 IL NOSTRO IMPATTO

- 16 Il 2022 in cifre
- 18 La certificazione B Corp
- 20 La nostra impronta di carbonio
- 22 Crescere con CodaBene

26 I NOSTRI PARTNER

- 28 I Partner
- 32 Le attività commerciali
- 34 I Produttori

36 LE NOSTRE INIZIATIVE

- 38 Etichetta consapevole
- 44 Mon École Anti Gaspi
- 46 Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare

48 IL NOSTRO IMPATTO SULLA POLITICA

- 50 COP27
- 51 Azione legislativa
- 52 I successi a livello politico

54 I NOSTRI DIPENDENTI

- 56 Diversità, equità e inclusione
- 60 Gruppi di risorse per i dipendenti
- 62 Shareback
- 64 I nostri Paesi
- 66 Riconoscimento globale

70 IL NOSTRO FUTURO

- 72 Arrivederci 2022, benvenuto 2023

74 FONTI



DUE PAROLE DAGLI **eroi** DI TUTTI I GIORNI

Per ripercorrere il 2022, abbiamo innanzitutto posto
al nostro incredibile team una sola grande domanda:

“Come ti sei trovato a lavorare per Too Good To Go nel 2022?”

Ed è giusto dire che le loro risposte ci hanno trasmesso grande affetto...



Non ho mai lavorato in un ambiente come Too Good To Go, dove le persone hanno tutte una storia diversa alle spalle, ma sono motivate da un obiettivo comune: fare del bene al pianeta!

Yasmin Collins

Regional Sales Manager, Regno Unito

Sono diventata mamma a settembre 2021. Sin dall'inizio della gravidanza, da ogni singola persona in azienda non ho ricevuto altro che sostegno, aiuto e comprensione.

Rocio Abella

Global Trade Marketing Manager, Spagna



È un ambiente flessibile, veloce e stimolante in cui viene premiato il talento. La nostra gente rende Too Good To Go speciale per me.

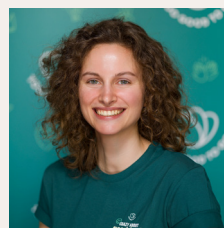
Giacomo Muci

VP Global Independent Accounts, Spagna

È un luogo d'incontro per persone ambiziose che vogliono cambiare davvero il mondo - Surprise Bag dopo Surprise Bag!!

Nina Steinhauser

Franchise Sales Specialist, Germania



UNA parola DALLA NOSTRA CEO

Il 2022 è stato senza dubbio un anno impegnativo, non solo per Too Good To Go, ma per chiunque abbia dovuto gestire un'impresa, una famiglia o abbia voluto mettere in tavola alimenti di alta qualità a un costo contenuto.

Invece di gettare la spugna, noi abbiamo rilanciato. Perché abbiamo una missione: ispirare ognuno di noi a combattere insieme lo spreco alimentare.

Nel 2022, abbiamo cercato di alzare ancora una volta l'asticella attraverso soluzioni innovative come l'acquisizione di CodaBene, azienda attiva nel settore della tecnologia alimentare, e il lancio di Box Dispensa direttamente dai produttori.

Abbiamo anche influito sul cambiamento attraverso la campagna dell'etichetta consapevole, progetti educativi e strumenti legislativi.

Ma non abbiamo agito da soli.

Insieme ai nostri utenti e attività commerciali, nel 2022 abbiamo salvato dallo spreco circa 79 milioni di pasti, evitando quasi 200.000 tonnellate di emissioni di CO₂e.

E c'è molto altro che bolle in pentola.

Sebbene questo Rapporto sull'impatto sia utile per riflettere sui nostri risultati, è anche un'opportunità per evidenziare dove possiamo crescere e diventare un'azienda migliore, più gentile ed efficiente.

Nel 2023, continuiamo quindi a lavorare insieme per avere un impatto positivo.

Mette



Lo sapevi che

OLTRE
1/3
DI TUTTO IL CIBO
VIENE SPRECATO?

Ogni anno viene sprecato 1 trillione di dollari di cibo buono e commestibile, mentre 828 milioni di persone soffrono la fame ogni giorno (WWF, 2021; FAO, 2014; FAO, 2022).

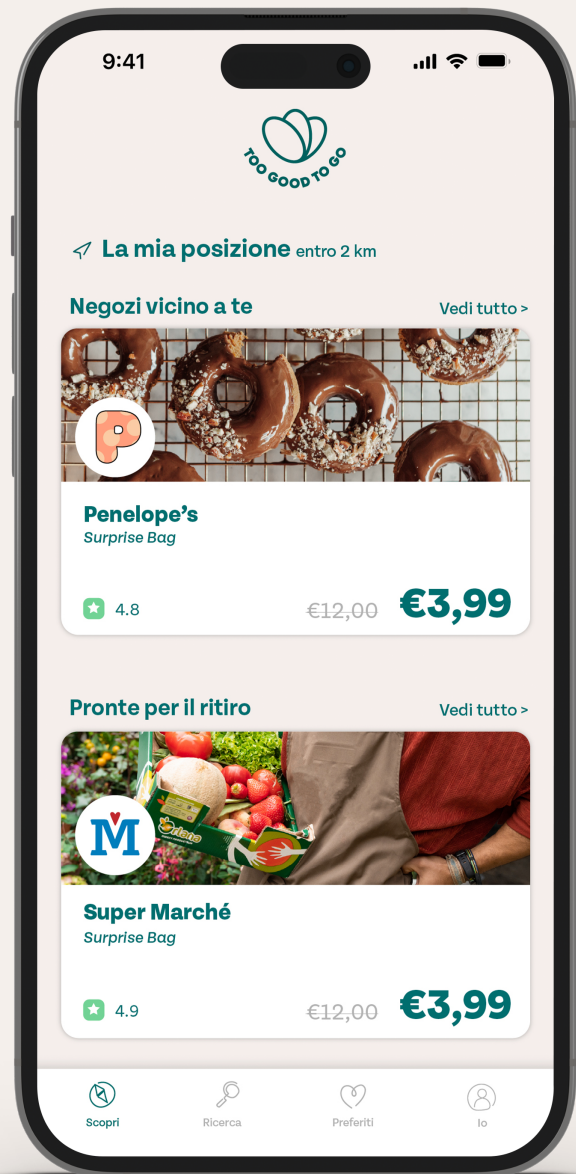
Non si tratta di un problema di scarsità, ma di gestione delle risorse.

L'app

Cominciamo con il modo in cui la maggior parte delle persone viene a conoscenza di Too Good To Go: l'app.

La pluripremiata applicazione del marketplace di Too Good To Go è il fulcro di tutto ciò che facciamo, in quanto aiuta le aziende a vendere il cibo in eccesso a un prezzo ridotto, impedendo che prodotti perfettamente buoni vengano buttati via e combattendo al contempo per il futuro del pianeta.

Il cibo in eccesso prodotto dalle aziende viene confezionato nelle cosiddette "surprise bag", quindi, tramite la nostra app, prenotato dagli utenti a circa un terzo del prezzo originale. Ciò consente ai rivenditori di ammortizzare i costi e garantisce ai consumatori dell'ottimo cibo con un incredibile rapporto qualità-prezzo. Come si fa a non amarla?



STATISTICHE DELL'APP

 **2**
MILIONI

Il numero di utenti che apre
ogni giorno l'app.

2.31
VOLTE 

Il numero medio di volte che questi
utenti aprono l'app ogni giorno.

 **1977**
BAG

Il numero di bag che un utente ha salvato
dallo spreco in Belgio nel 2022.
Un record assoluto.

I PARERI DEI CLIENTI SODDISFATTI

A volte condivido il cibo salvato con altre tre famiglie. Abbiamo aiutato il pianeta, il cibo è delizioso e ci mangiamo in quattro famiglie!

– Cliente dai Paesi Bassi

Ho iniziato da poco a usare l'app ed è una grande svolta per risparmiare. Cerco sempre di fare acquisti in modo intelligente e l'app fa una grande differenza sia per la spesa che per i pasti pronti.

– Cliente dal Regno Unito

Un'app che combatte lo spreco alimentare, che mi fa risparmiare e mi permette di essere creativa in cucina non può che essere fantastica!

– Cliente dal Belgio

Non posso che raccomandare questo servizio. L'app è facile da usare, i prezzi sono estremamente convenienti, i partner sono gentili e il cibo è di alto livello. Inoltre, è bello sapere che puoi fare una buona azione per il pianeta.

– Cliente dalla Norvegia

”



UN PROBLEMA globale



OK, ecco adesso la cattiva notizia.

In tutto il mondo, **1 persona su 9** va a dormire con la fame (FAO, 2022).

Nonostante questo dato sconvolgente, in tutto il mondo quasi il **40%** del cibo va sprecato (WWF, 2021).

Per non parlare dell'invasione russa dell'Ucraina che ha fatto salire i prezzi di cibo, carburante e fertilizzanti (WFP, 2022).

Tali fattori, insieme alla crisi climatica e alla pandemia di COVID-19, fanno sì che l'instabilità e l'insicurezza alimentare siano problemi da risolvere con una certa urgenza a livello globale.

**Sembra una situazione senza speranza, vero?
Sbagliato.**

UN BARLUME DI speranza

**Perché questi numeri possono essere
letti anche in un altro modo:**

Salvando solo un quarto del cibo che va attualmente perso o sprecato a livello globale, potremmo nutrire tutti gli **828 milioni** di persone che soffrono la fame (FAO, 2022).

Questo è il tipo di sfida a cui non possiamo voltare le spalle. E, fortunatamente, non siamo soli nell'affrontare il problema:

A livello politico, la COP27 tenutasi nel 2022 ha incluso per la prima volta lo spreco alimentare nell'ordine del giorno.

Nella vendita al dettaglio, il **40%** delle 50 principali aziende alimentari del mondo ora misura e segnala lo spreco alimentare, mentre il **20%** si impegna in programmi di riduzione degli sprechi (Champions 12.3, 2022).

Anche i consumatori stanno facendo la loro parte: dopo la pandemia, è aumentato dell'**80%** il numero delle persone che cerca online il modo di prolungare la vita dei prodotti alimentari (Capgemini, 2022).

**Una situazione promettente, vero?
Corretto.**

IL NOSTRO impatto



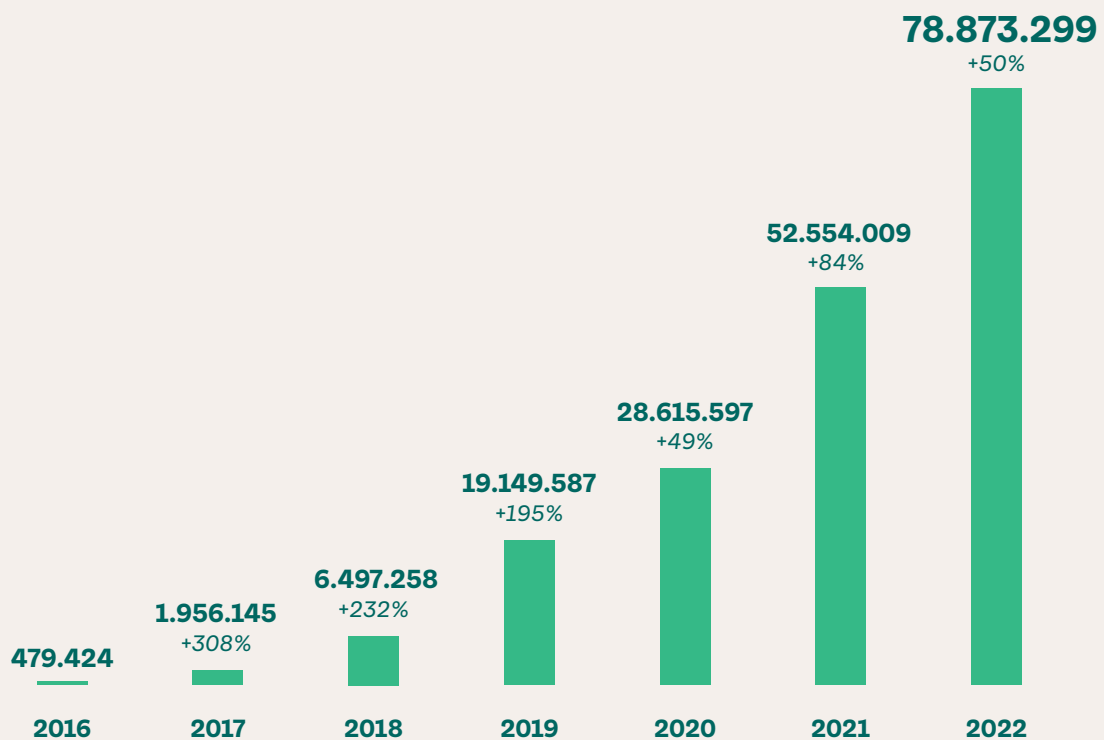
- 16 Il 2022 in cifre
- 18 La certificazione B Corp
- 20 La nostra impronta di carbonio
- 22 Crescere con CodaBene





il 2022 IN CIFRE

Pasti salvati nel 2022



COME SIAMO CRESCIUTI DAL 2016

Sin dall'inizio nel 2016, lavoriamo con aziende e consumatori per salvare dallo spreco quasi 200 milioni di pasti. Che equivale ad **evitare l'emissione in kg di CO2e di 100.000 passeggeri aerei in tutto il mondo** (myclimate, 2019).

 **79**
MILIONI DI PASTI

La notizia principale è che nel 2022 abbiamo evitato che andassero sprecati quasi 79 milioni di pasti. Si tratta di cibo sufficiente per invitare a cena l'intera popolazione del Regno Unito e ne avanzerebbe abbastanza per invitare anche tutto il Belgio!

Abbiamo anche registrato oltre

**20 MILIONI DI
NUOVI UTENTI** 

Abbiamo lavorato con oltre

 **80.000**
**NUOVE ATTIVITÀ
COMMERCIALI**

Abbiamo dato il benvenuto a

595 
fantastici e stimolanti
NUOVI COLLEGHI
nel nostro team

**Grazie a tutti voi per averci aiutato a trascorrere
un anno assolutamente incredibile in Too Good To Go.**

LA CERTIFICAZIONE B Corp

Nel 2022, qui in Too Good To Go, abbiamo continuato con orgoglio il nostro viaggio come B Corp.

Ma cos'è una B Corp?

In poche parole, le B Corp sono aziende che soddisfano i più elevati standard di responsabilità sociale e ambientale: sono valutate in base alla capacità di perseguire profitto avendo al tempo stesso a cuore la creazione di valore e l'etica.

In pratica, è come conseguire una laurea in gentilezza estrema.

Per diventare una B Corp, occorre ottenere 80 punti nella valutazione. Il punteggio medio per le aziende è di 50 punti, ma nel nostro primo anno come B Corp (2019), abbiamo ottenuto un punteggio di 81,6. Nel 2022 abbiamo presentato la nostra ricertificazione e stiamo aspettando di scoprire di quanto siamo riusciti ad alzare l'asticella da allora.

Certified



Corporation



LA B CORP NEL DETTAGLIO

Ecco alcuni dei nostri punti salienti come B Corp per il 2022:



Nomina come "Best in the World" nella categoria Governance per il secondo anno consecutivo.



Lancio della nostra piattaforma "Grow", con cui viene data a ogni singolo dipendente la possibilità di accedere ai nostri programmi di formazione e sviluppo.



Impegno a corrispondere a tutti i nostri dipendenti un salario dignitoso.



Possibilità per i dipendenti di fare volontariato presso enti di beneficenza locali che si occupano di sicurezza alimentare attraverso il nostro programma "Shareback".



Donazione di € 232.467 alla Croce Rossa polacca, per affiancarla nell'aiuto ai rifugiati ucraini.



Introduzione di una politica aziendale che privilegia i viaggi in treno rispetto a quelli in aereo, per agevolare la riduzione delle nostre emissioni di carbonio.



Possibilità per i dipendenti di possedere una quota di Too Good To Go con il nostro terzo round di assegnazione ai dipendenti.

LA NOSTRA IMPRONTA di carbonio



Nel 2020 abbiamo collaborato con Planetly per iniziare il nostro viaggio Carbon Neutral+ e, con il loro aiuto, abbiamo misurato e compensato la nostra impronta di carbonio.

Ma, se la compensazione è stata un importante primo passo del nostro viaggio, non cessiamo certo di evolverci e migliorare.

Nel 2023, ci stiamo dunque muovendo verso la *riduzione* delle emissioni di carbonio. Per questo stiamo collaborando con Plan A, che ci aiuterà a continuare a monitorare la nostra impronta di carbonio e a ridurre attivamente le nostre emissioni alla fonte.

Benvenuta a bordo, Plan A.

Se confronti i nostri impact report del 2020 e del 2021 con quello del 2022, noterai una differenza nei nostri dati sulle emissioni. Hai letto bene!

La motivazione è semplice. Il 2021 è stato calcolato da Planetly e il 2022 da Plan A, che hanno una metodologia di calcolo leggermente diversa. Quindi, per evitare confusione e per aiutarci a pianificare il futuro, stiamo facendo ricalcolare le nostre cifre per il 2020 e il 2021 da Plan A.



LE NOSTRE EMISSIONI TOTALI NEL 2022

6564,5 tCO₂e*

Plan A fa rientrare queste emissioni totali in tre categorie distinte, note anche come "ambiti".

21,13 tCO₂e
AMBITO 1

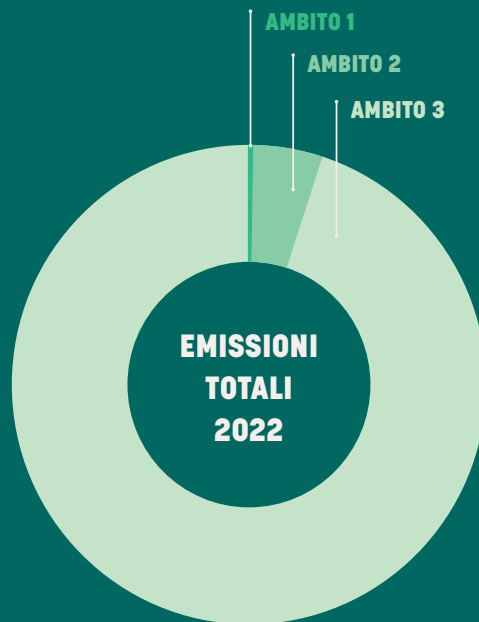
Emissioni dirette, ad es. strutture aziendali

312,06 tCO₂e
AMBITO 2

Emissioni indirette di proprietà, ad es. riscaldamento ed elettricità

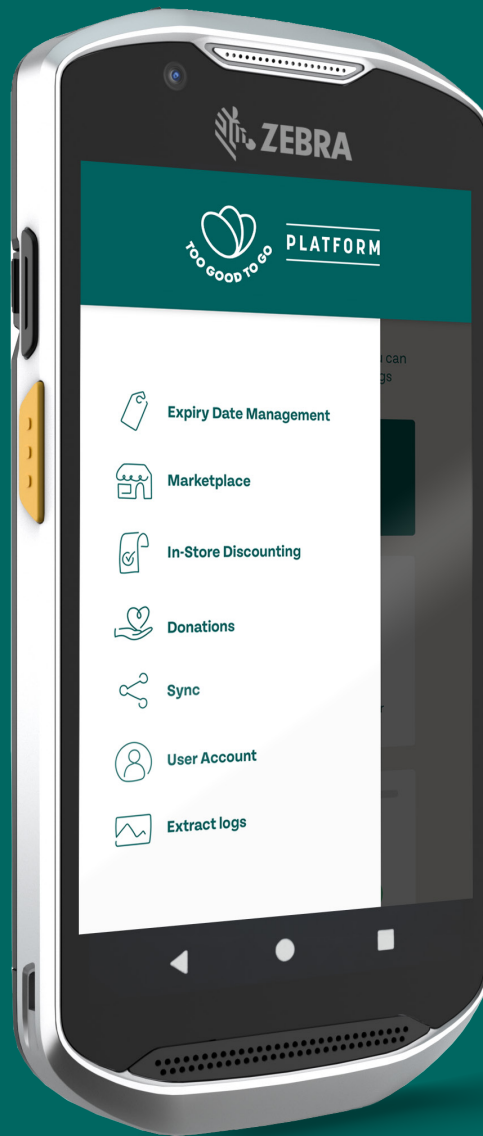
6231,31 tCO₂e
AMBITO 3

Emissioni indirette non di proprietà, ad es. beni e servizi acquistati, consumi idrici e spostamenti dei dipendenti



Vuoi saperne di più sui protocolli sui gas serra?
<https://ghgprotocol.org/corporate-standard>

*tCO₂e sta per tonnellate (t) di anidride carbonica (CO₂) equivalente (e).



CRESCERE CON
CodaBene 



Nel mondo della vendita al dettaglio di generi alimentari, una gestione poco attenta delle scorte e delle date di scadenza è un problema ricorrente di una certa gravità.

Non solo i supermercati ogni anno buttano via tonnellate di cibo ancora buono, ma questo spreco intacca notevolmente i loro profitti. In genere, il cibo scartato equivale all'1-3% delle vendite annuali di un tipico rivenditore di generi alimentari (ADEME, 2016). Così, nel novembre 2022, abbiamo acquisito CodaBene, la startup tecnologica dietro "FoodMemo", una piattaforma semplice e geniale che aiuta i negozi a risparmiare tempo, cibo e denaro.

IL PROBLEMA

Quando le date di scadenza non vengono registrate e archiviate digitalmente, il personale del negozio deve farlo manualmente, sprecando tempo e risorse e, in ultima analisi, riducendo la produttività e aumentando gli sprechi.

- **Una perdita di tempo.** Ogni giorno, ai dipendenti viene chiesto di controllare manualmente la data di scadenza di migliaia di prodotti.
- **Errori.** I prodotti non vengono scontati o rimossi dagli scaffali con sufficiente anticipo.
- **Confusione.** Anche quando le date di scadenza imminenti vengono rilevate in tempo, le istruzioni su cosa fare dei prodotti interessati sono spesso poco chiare.

LA SOLUZIONE

Con l'aiuto della piattaforma FoodMemo, Too Good To Go consente ai rivenditori di risparmiare tempo e denaro grazie a un'etichettatura e una gestione migliore delle date di scadenza.

L'utilizzo di FoodMemo assicura ai rivenditori:

- **Rilevamento migliore.** FoodMemo fornisce un elenco di articoli di cui è necessario controllare le date.
- **Decisioni migliori.** FoodMemo decide le azioni ideali da intraprendere per i prodotti prossimi alla scadenza.
- **Scelte migliori.** FoodMemo consente ai dipendenti di stampare istantaneamente buoni sconto o di decidere quali articoli donare o confezionare in appositi sacchetti per le eccedenze.

Grazie all'uso di **FoodMemo**, ogni mese viene evitato lo spreco di oltre 3 milioni di prodotti in più di 1000 negozi. Questo sì che è un grande risultato!

Nel 2022, la piattaforma FoodMemo è stata lanciata in Francia, ma nel 2023 speriamo di iniziare a offrire il servizio in tutti i 17 Paesi partecipanti.

”



L'adesione a Too Good To Go ci consente di estendere la nostra offerta a nuovi clienti, proponendo soluzioni più semplici, più efficienti e più redditizie per la gestione delle eccedenze alimentari.

LAURENT BACOT

Co-fondatore e CEO, CodaBene

Siamo lieti di unire le forze con CodaBene e la piattaforma FoodMemo. Insieme, stiamo rispondendo al desiderio dei negozi partner di ridurre gli sprechi alimentari in negozio, migliorando al contempo la redditività.

METTE LYKKE

CEO, Too Good To Go



”



I NOSTRI partner

- 28 I Partner
- 32 Le attività commerciali
- 34 I Produttori





I partner

Quest'anno abbiamo accolto 95 nuove grandi catene dell'industria alimentare nella famiglia di Too Good To Go. Queste catene, o partner, come li chiamiamo noi, hanno portato 24.555 nuove attività commerciali nel nostro marketplace, aiutandoci a crescere e migliorare nel 2022.

Grazie ai nostri partner, nel 2022 abbiamo evitato che quasi 44 milioni di pasti venissero sprecati, evitando che l'equivalente di CO₂e di mezzo milione di passeggeri di voli aerei da Londra a Berlino andasse sprecata (myclimate, 2019).



44 milioni
DI PASTI SALVATI

Insieme, abbiamo fatto cose incredibili, dall'organizzazione di corsi di cucina alla creazione di Surprise Bag speciali in collaborazione con chef stellati.





**Grazie alla nostra partnership con Carrefour,
siamo riusciti a salvare 10 milioni di pasti in:**

Francia, Belgio, Polonia, Italia e Spagna

2022: IL NOSTRO IMPATTO CON CARREFOUR

RESTO D'EUROPA



2,3 MILIONI

Pasti salvati



1896

Negozi attivi

FRANCIA



3,4 MILIONI

Pasti salvati



4094

Negozi attivi



499

Nuovi negozi attivi
nel 2022

“La nostra partnership si è dimostrata estremamente efficace nella redistribuzione delle eccedenze alimentari dei nostri negozi, sia di proprietà che in franchising. Tuttavia, non ci limitiamo solo alle Surprise Bag. Too Good To Go e Carrefour hanno dimostrato che, collaborando insieme, una scale-up e un grande rivenditore hanno le risorse necessarie per fare ulteriori progressi e coinvolgere i clienti anche oltre le Surprise Bag.”

Bertrand Swiderski

Direttore CSR del Gruppo Carrefour

LE attività COMMERCIALI

Oltre alle grandi catene, nel nostro elenco di esempi di sostenibilità alimentare, abbiamo accolto anche 52.671 negozi indipendenti del settore alimentare, tra cui macellai, fornai, fruttivendoli e tanti altri.



Queste attività commerciali continuano ad aiutarci a costruire una community in continua crescita nei quartieri di tutto il mondo.



33 milioni
DI PASTI SALVATI

Nel 2022 abbiamo salvato ben 33 milioni di pasti attraverso le nostre attività commerciali. Il nostro piano per il 2023? Aumentare ancora di più il nostro impatto!

UN RACCONTO DI UN esercente

1

Chi sei?

Johannes Meindl, fondatore di Spoondays.

2

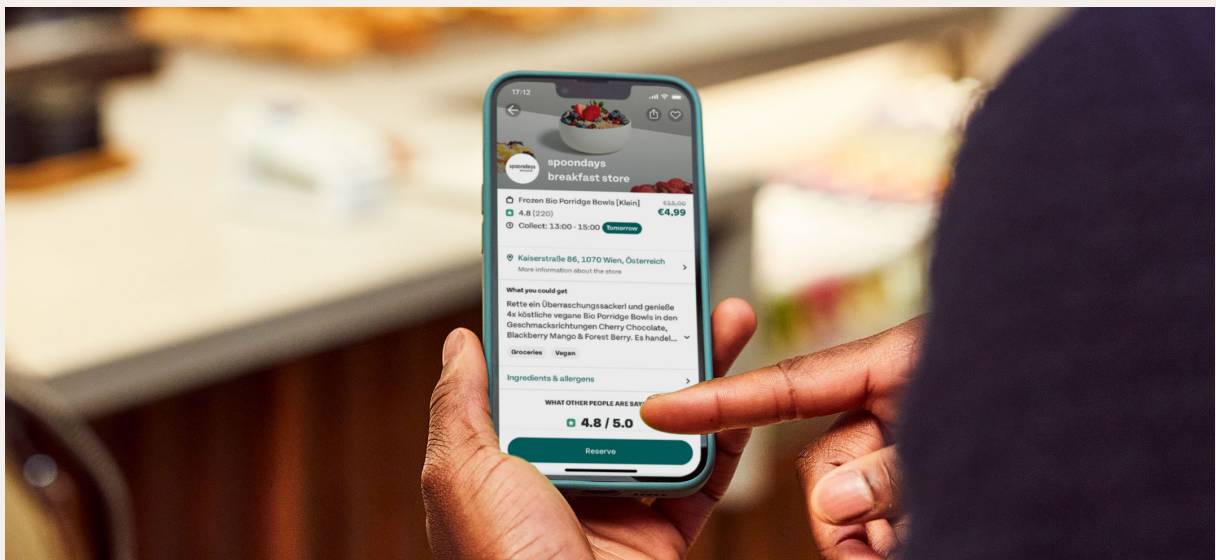
Cosa fai?

Siamo una startup viennese di alimenti surgelati che rende accessibili in maniera rapida e semplice alimenti sani e biologici.

3

Perché lavori con Too Good To Go?

La spedizione di merci surgelate è antieconomica e mi piange il cuore quando penso che Spoondays deve mandare al macero una grande quantità del nostro cibo invenduto. Ecco perché vendiamo le scorte in eccesso delle nostre confezioni di porridge biologico in grandi pacchi e di varie dimensioni tramite Too Good To Go.



Grazie Johannes; insieme possiamo fare la differenza



I produttori

Dopo aver appreso che il 20% di tutti gli sprechi alimentari in Europa si verifica durante la fase di produzione (fonte: Eurostat, 2020), abbiamo deciso di andare oltre il nostro modello di Surprise Bag e concentrarci su come affrontare il problema dello spreco alimentare direttamente alla fonte.



Così, nel 2022, abbiamo avviato un test pilota in Danimarca e nei Paesi Bassi, acquistando il cibo in eccesso direttamente dai produttori e mettendole nelle Box Dispensa da consegnare direttamente a casa dei consumatori. Queste box variegata sono state un successo straordinario, permettendo di salvare ben 30.331 pasti. Siamo entusiasti di ampliare ulteriormente questo modello nel corso del 2023.

Unilever e Too Good To Go hanno raggiunto un importante traguardo nella lotta allo spreco alimentare, mediante la consegna diretta a domicilio delle Box Dispensa. Nel corso del 2022, siamo riusciti a offrire oltre 700.000 prodotti! Sono estremamente felice di questa collaborazione e dei risultati che stiamo ottenendo insieme.

DEBORA VAN DER ZEE-DENEKAMP

General Manager, Unilever Nutrition Nord Europa



LE NOSTRE iniziative

- 38 Etichetta consapevole
- 44 Mon École Anti Gaspi
- 46 Giornata internazionale
di prevenzione dello
spreco alimentare







ETICHETTA consapevole

E ora, ecco alcune statistiche impressionanti: oltre il **50%** dei consumatori dell'UE non conosce la differenza tra “da consumare entro”, “da consumarsi preferibilmente entro” e “vendere entro” (TNS, 2015).

Non solo, ma l'uso improprio e l'errata interpretazione delle etichette sono responsabili del 10% degli sprechi alimentari nell'UE (CE, 2018).

Ma noi di Too Good To Go, quando notiamo questa confusione, vogliamo fare chiarezza.



OSSERVA-ANNUSA-ASSAGGIA

Dal 2019, collaboriamo con alcuni dei più grandi produttori alimentari del mondo per aggiungere ai loro prodotti la nostra etichetta "osserva-annusa-assaggia".

Queste etichette indicano che quando i consumatori vedono un prodotto che ha superato il termine minimo di conservazione, ciò non significa automaticamente che non sia più commestibile. Incoraggiamo invece le persone a giudicare il cibo dal suo aspetto, odore e sapore.

OSSERVA...

Fai attenzione alla muffa sul pane o alle alterazioni di colore sulle lattine delle bibite. Non c'è niente? Allora dacci dentro!

ANNUSA...

La bibita ha un odore sgradevole? I dolci o i biscotti hanno un odore forte? Senti un odore strano? Se non è così, fatti sotto!

ASSAGGIA...

Il latte ha un sapore acido? La pasta sa di stantio? Le patatine hanno una strana consistenza? No? Buon appetito!

UNA PICCOLA ETICHETTA CON UN GRANDE IMPATTO

il 24%

delle persone conosce le nostre etichette.

il 62%

di queste ultime è incoraggiato a riflettere sugli sprechi alimentari.

il 66%

è incoraggiato a usare di più i propri sensi prima di gettare via un prodotto.

(Epinion, 2022; Kantar Insights, 2023)

LE CIFRE

 **13** Il numero di **PAESI** in cui si possono trovare le nostre etichette

Il numero di **MARCHI** che usano le etichette

 **465**

 **7400** Il numero delle **GAMME DI PRODOTTI** con le etichette

1,7 MILIARDI  Il numero stimato **DI SINGOLI PRODOTTI** con le etichette



“Conoscendo l'enorme impatto sociale e ambientale dello spreco alimentare, un rivenditore di generi alimentari di un certo livello è tenuto sensibilizzare i consumatori. L'etichetta ‘osserva-annusa-assaggia’ è un modo semplice ed efficace per aiutare i consumatori in questa battaglia.”

Pedro Lago

Direttore: Progetti di sostenibilità ed economia circolare, Continente

Oltre all'impegno di Kellogg's di dimezzare gli sprechi alimentari entro il 2030, abbiamo lanciato l'etichetta “osserva-annusa-assaggia” nei nostri mercati europei. Siamo orgogliosi di incoraggiare i fan di Kellogg's a controllare la qualità del cibo invece di buttarlo via semplicemente perché ha superato la data “da consumarsi preferibilmente entro”.

Kellogg's Europa

Se sei un produttore e sei interessato a utilizzare l'etichetta "osserva-annusa-assaggia",
puoi scriverci all'indirizzo look-smell-taste@toogoodtogo.com

¿CÓMO SE OBTIENE?

ALTO CONTENIDO EN PROTEÍNAS

EN AZÚCAR

LA MADRID

AQUA PARQUE DEL MONSIEUR

PRODUCTO ECOLÓGICO

PRODUCTOS ECOLÓGICOS GARANTIZADO DE CULTIVO DE LA MANEJA NATURAL

LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS GARANTIZAN QUE EN EL PROCESO DE CULTIVO DE LA MATERIA PRIMA NO SE LE HAN AÑADIDO NI ABONOS NI PESTICIDAS DE SÍNTESIS QUÍMICA. SON PRODUCTOS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE, UTILIZANDO DE MANERA ÓPTIMA LOS RECURSOS Y GENERANDO UN IMPACTO MEDIOAMBIENTAL MÍNIMO.

Recomendamos una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable / Recomendem una dieta variada i equilibrada i un estil de vida saludable / We recommend a well-balanced diet and a healthy lifestyle / Recomendamos uma regime alimentar variado e equilibrado e de um modo de vida saudável / Nous recommandons une alimentation variée et équilibrée ainsi qu'un mode de vie sain.

Una vez abierto conservarse en el frigorífico y consumir rápidamente (3-4 días) / Una vez abierto, conservar en el frigorífico / consumir rapidement (3-4 días) / Once open keep in the fridge and use within 3-4 days / Conserving no frigorífico depois de sua abertura e consumir rapidamente (3-4 dias) / Après ouverture, à conserver au froid et consommer rapidement (3-4 jours).

Teléfono de Atención al Consumidor:
937 050 355

Fabricado y envasado

ANTES DE TIRARME
COMPRUEBA SI SIGO EN
BUEN ESTADO

MIRA • HUEL •

EN MONSOY NOS SUMAMOS
#LACOMIDANOSSETIRA
PRODUCCIÓN

ССРАЕ

ES-ECO-019-CT
Agricultura UE/No UE

ES-ECO-019-CT
Agricultura UE/No UE

MON ÉCOLE ANTI GASPI



Il progetto Mon École Anti Gaspi ha un semplice obiettivo:
Insegnare ai bambini come proteggere il nostro pianeta valorizzandone le risorse.

CHE COS'È?

Con i nostri partner e il ministero dell'Istruzione francese, abbiamo messo a punto un programma che fornisce una serie di strumenti scaricabili gratuitamente, creati per l'intera scuola, dall'aula alla mensa.

IL NOSTRO PIANO

- ✓ Avviare il progetto in 10 scuole pilota nel 2021
- ✓ Raccogliere feedback
- ✓ Migliorare lo schema
- ✓ Rendere disponibile il programma per tutte le scuole

Da quando abbiamo lanciato per la prima volta Mon École Anti Gaspi, abbiamo ricevuto oltre 4.500 iscrizioni, consentendo al programma di coinvolgere potenzialmente 90.000 alunni delle scuole elementari in tutta la Francia.

Nel 2022, ci siamo concentrati sui bambini di 10-11 anni e abbiamo ricevuto una risposta estremamente positiva. Di conseguenza, nel 2023 prevediamo di espandere ulteriormente la nostra rete per includere i bambini di 6-9 anni.

I NOSTRI PARTNER



Tous Antigast

IMPACT REPORT 2022



GIORNATA INTERNAZIONALE DI PREVENZIONE DELLO spreco alimentare

CHE COS'È LA GIORNATA INTERNAZIONALE DI PREVENZIONE DELLO SPRECO ALIMENTARE?

La Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare è una ricorrenza indetta dall'Organizzazione per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO) e il Programma ambientale (UNEP) delle Nazioni Unite (ONU).

QUANDO SI CELEBRA?

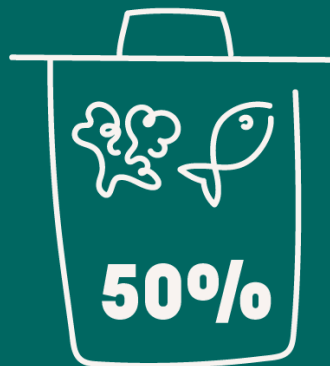
Ogni anno, il **29 settembre**.

QUAL È L'OBIETTIVO DI QUESTA GIORNATA?

Aumentare la consapevolezza sulla perdita e lo spreco alimentare, oltre a promuovere sforzi globali verso il raggiungimento dell'**Obiettivo di sviluppo sostenibile 12.3**.

OBIETTIVO DI SVILUPPO SOSTENIBILE

OBIETTIVO ONU 12.3



12 MODELLI DI
CONSUMO E
PRODUZIONE
SOSTENIBILI



DIMEZZARE GLI SPRECHI ALIMENTARI GLOBALI PRO CAPITE ENTRO IL 2030



COSA FACCIAMO DURANTE QUESTA GIORNATA?

In due parole, un sacco di cose incredibili. In qualità di app numero 1 al mondo per la lotta allo spreco alimentare, la Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare è un evento importante per Too Good To Go. Ecco perché incoraggiamo tutti i nostri Paesi a celebrarla in maniera originale. Ecco solo un piccolo esempio di ciò che hanno realizzato:

Belgio

Il team ha organizzato la prima "Zero Food Waste Week" belga. Abbiamo inviato una sfida al giorno a tutti coloro che si sono registrati, incoraggiandoli a ridurre lo spreco alimentare. Con oltre 7000 registrazioni e 64 menzioni da parte della stampa, la "Zero Food Waste Week" è stata un enorme successo.

Portogallo

Too Good To Go Portugal ha celebrato il #FLW-Day, la Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare, collaborando con il noto marchio di birra Musa. Oltre a invitare giornalisti e influencer a un evento congiunto, hanno anche unito le forze per creare una straordinaria birra a base di scarti di calce. Saúde!

Svezia

Quando sopraggiunge la noia, la mente vaga e i nostri audaci svedesi ne hanno tratto ispirazione per lavorare con il concetto visivo di alimenti sessuali. Hanno usato forme provocatorie, prospettive creative e luci giocose per creare una campagna che attirasse l'attenzione per diffondere la consapevolezza sullo spreco alimentare.



IL NOSTRO IMPATTO SULLA **politica**

- 50 **COP27**
- 51 **Azione legislativa**
- 52 **I successi a livello politico**







La COP27 del 2022, ossia la conferenza annuale delle Nazioni Unite sul clima, ha annunciato la novità che tutti aspettavamo:

Per la prima volta nella storia della COP, l'ONU ha assunto l'attesissimo impegno volto a combattere le perdite e gli sprechi alimentari.

Nel corso della conferenza internazionale tenutasi a Sharm El Sheikh, in Egitto, il nostro tenace team ha preso parte a una tavola rotonda dal tema "Perché la crisi climatica richiede una regolamentazione dello spreco alimentare", materia sulla quale possiamo tranquillamente dire di essere molto ferrati.

Oltre a questo panel, durante la COP27 è stato organizzato un programma completo di eventi sui "sistemi alimentari", riconoscendo finalmente l'importanza del cibo nella crisi climatica.

Ma quali impegni sono stati effettivamente presi?

#123PLEDGE

La COP27 ha visto il lancio di "123 Pledge", una *call to action* rivolta a governi, aziende e istituzioni, affinché adottino misure concrete per la riduzione dell'impatto climatico dello spreco alimentare.

Abbiamo aderito a questa iniziativa in linea con l'obiettivo di sviluppo sostenibile 12.3, che si pone il traguardo ambizioso ma fondamentale di dimezzare le perdite e gli sprechi alimentari entro il 2030.

Noi di **Too Good To Go**, ci siamo impegnati a:

1. Incoraggiare e sostenere i governi di dieci Paesi a definire e migliorare le misure politiche in tema di spreco alimentare
2. Salvare dallo spreco 1 miliardo di Surprise Bag di cibo in eccesso, tramite la nostra app
3. Aumentare la consapevolezza della lotta contro lo spreco alimentare per 250 milioni di consumatori, attraverso le nostre campagne di sensibilizzazione sull'etichetta consapevole, sullo spreco alimentare nelle scuole e altro ancora.

Nel 2023 verrà esercitata una pressione ancora maggiore sui decisori politici, mentre fervono i preparativi per la COP28 che si terrà negli Emirati Arabi Uniti.

Come lo sappiamo?

Perché saremo noi a fare pressione.

azione LEGISLATIVA

Nel corso degli anni, abbiamo scoperto che uno dei migliori strumenti nella lotta allo spreco alimentare è l'azione legislativa.

Ecco perché collaboriamo con i funzionari governativi a tutti i livelli, incoraggiando e sostenendo i responsabili politici a realizzare un cambiamento reale e duraturo.

Attraverso la condivisione della nostra esperienza, ci impegniamo ad aiutare i governi a:

- Far rispettare una gerarchia nel campo dello spreco alimentare, in cui la priorità sia sempre la prevenzione degli sprechi e la distribuzione del cibo
- Applicare regole più severe per tutti gli operatori della filiera alimentare, dal campo alla tavola
- Rendere più chiare le etichette con la data di scadenza per evitare un uso improprio e incomprensioni
- Rimuovere le pratiche dispendiose della catena di approvvigionamento, come buttare via frutta e verdura "dubbie" o stipulare accordi di "ritiro" per i prodotti invenduti

Dicono che "l'onestà" sia la politica migliore, ma la nostra politica preferita è una qualsiasi politica che combatta lo spreco alimentare.





I SUCCESSI A LIVELLO politico

Stiamo utilizzando la nostra adesione alla piattaforma dell'UE sulle perdite e gli sprechi alimentari per richiedere obiettivi giuridicamente vincolanti volti a ridurre gli sprechi alimentari nell'UE di un buon 50%

E se ciò non bastasse, ecco solo alcuni dei risultati a livello politico che abbiamo conseguito nel 2022:

Spagna

Abbiamo formulato proposte per nuove leggi sullo spreco alimentare in incontri individuali con i membri dei gruppi parlamentari. Sei delle otto proposte presentate saranno discusse e votate al Congresso dei Deputati nel 2023.

Danimarca

Abbiamo riunito i partiti politici attorno a un tavolo per discutere la necessità di una strategia nazionale sullo spreco alimentare, giungendo ad un parere congiunto, firmato da 11 partiti politici che hanno tutti convenuto che:

1. L'impatto finanziario dello spreco alimentare è negativo per le famiglie, le imprese e la società
2. Lo spreco alimentare è socialmente inaccettabile
3. Ridurre lo spreco alimentare significa ridurre la nostra impronta climatica
4. Lo spreco alimentare è un ambito in cui la Danimarca può contribuire con soluzioni ed innovazioni.

Francia

Abbiamo collaborato con il ministero dell'Economia per affrontare il problema delle etichette con date di scadenza fuorvianti ed equivocate. È stato quindi adottato un decreto per aggiungere ai prodotti recanti la dicitura "da consumarsi preferibilmente entro" l'ulteriore dicitura che il cibo può essere consumato in sicurezza oltre tale data, che recita:

"Per un sapore ottimale, da consumarsi preferibilmente entro il xx.xx.xxxx".

Austria

Abbiamo approfittato della Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare per condividere con giornalisti e politici la nostra esperienza sulla regolamentazione dello spreco alimentare. Il nostro team Global Public Affairs ha unito le forze con il WWF per presentare i successi in campo normativo in tutta Europa, evidenziando l'impatto della legge del Buon Samaritano, della legge Gadda in Italia e della legge Garot in Francia, che prevedono tutte disposizioni a favore della sostenibilità alimentare.

Abbiamo sfidato l'Austria ad alzare l'asticella. Ora tocca a voi, ragazzi.

I NOSTRI dipendenti

- 56 Diversità, equità e inclusione
- 60 Gruppi di risorse per i dipendenti
- 62 Shareback
- 64 I nostri Paesi
- 66 Riconoscimento globale





DIVERSITÀ, **equità** E INCLUSIONE



Noi di **Too Good To Go** crediamo che tutti meritino di sedersi intorno a un tavolo. Preferibilmente per mangiare, ma non è questo il punto.

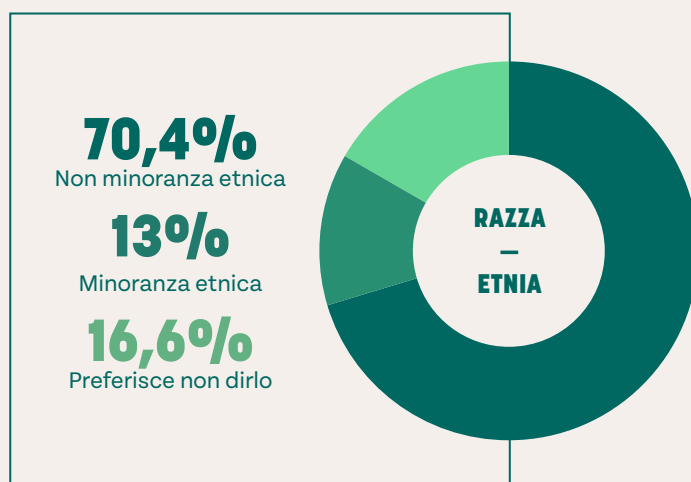
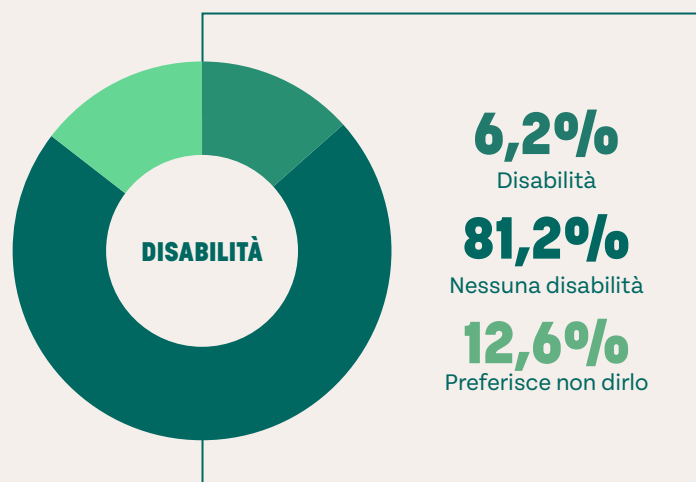
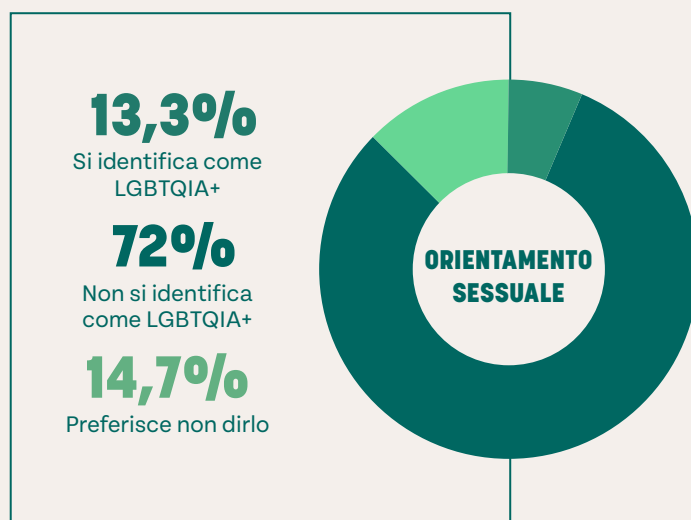
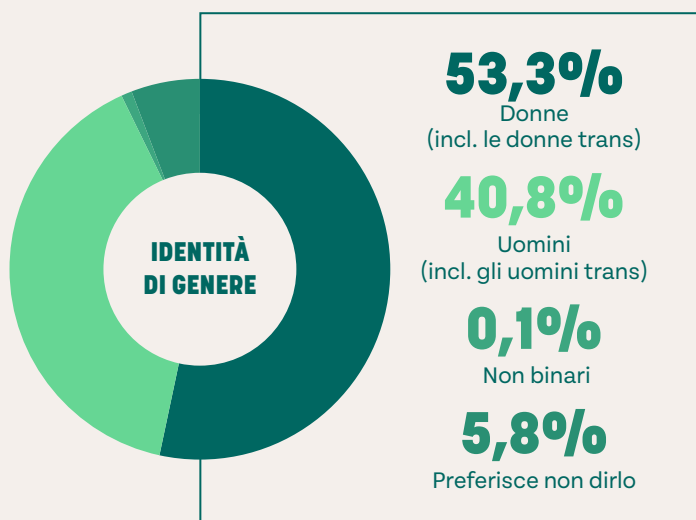
Nel 2021, abbiamo riconosciuto la necessità di migliorare la diversità, l'equità e l'inclusione (DE&I) in Too Good To Go e da allora lavoriamo senza sosta per raggiungere questo obiettivo.

Abbiamo introdotto la formazione DE&I, modificato il luogo in cui pubblicizziamo le nostre posizioni aperte, lanciato i gruppi di risorse per i dipendenti, pianificato celebrazioni a livello globale e locale e continuato a impegnarci per migliorare grazie ai nostri pilastri chiave.

Abbiamo anche aggiornato il nostro manifesto per assicurarci di restare fedeli ai nostri obiettivi di miglioramento.

[Puoi leggere il manifesto qui](#)

Come si identifica il nostro team
(risultati tratti dall'indagine annuale del personale 2022)





SONDAGGIO SULL' INCLUSIONE DEI

72%

Punteggio di inclusione globale
di Too Good To Go

62%

Quota di dipendenti che
ha partecipato al sondaggio

Un ottimo inizio, ma per il 2023 siamo ben determinati a migliorare ulteriormente sia il nostro punteggio di inclusione che il tasso di partecipazione.



ANALISI DEL DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE

13 e 16%

Divario retributivo medio di genere
UE e USA (UE, 2022; Pew, 2023)

6,04%

Divario retributivo di genere
di Too Good To Go

Ancora una volta, ci stiamo muovendo nella giusta direzione, ma qualsiasi valore superiore allo 0% è ancora troppo alto per noi. Inoltre, sebbene assumiamo più donne che uomini, al momento in Too Good To Go abbiamo più uomini in posizioni dirigenziali. Nel 2023 continueremo a misurare, monitorare e ridurre il nostro divario retributivo di genere.



I NOSTRI OBIETTIVI

Sebbene sia giusto riconoscere le nostre carenze in materia di diversità, equità e inclusione, cosa abbiamo davvero intenzione di fare in proposito? Quest'anno ci siamo posti obiettivi di rappresentanza ambiziosi che intendiamo raggiungere entro il 2025.

- Avere almeno due membri del consiglio provenienti da contesti sottorappresentati.
- Aumentare la percentuale di alti dirigenti di genere femminile dal 38% al 50%.
- Aumentare la percentuale di alti dirigenti appartenenti a gruppi etnici e razziali diversi dallo 0% ad almeno il 10%.
- Aumentare la percentuale di dipendenti appartenenti a diversi gruppi etnici e razziali dal 9% ad almeno il 15%.
- Aumentare la percentuale di dipendenti con istruzione non universitaria dal 3,2% ad almeno il 15%.

Con questi obiettivi e un impegno continuo per migliorare la DE&I, vogliamo rendere Too Good To Go un luogo di lavoro inclusivo, sicuro e attento alle diversità.

Torna l'anno prossimo per vedere come stiamo andando e, se non sei soddisfatto, diccelo!

gruppi di risorse

PER I DIPENDENTI



Nell'ambito dei nostri piani della DE&I nel 2022, ci siamo impegnati a lanciare tre gruppi di risorse per i dipendenti (ERG). Alla fine, abbiamo ricevuto così tante richieste dal nostro team che ne abbiamo lanciati ben quattro! Questi ERG sono gruppi guidati dai dipendenti che promuovono l'inclusività, creano comunità e spazi sicuri per le persone di Too Good To Go. E chi meglio dei membri stessi può parlare di questi gruppi? A voi la parola, ERG!

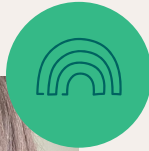


WOMEN IN THE WORKPLACE (DONNE AL LAVORO)

Siamo una rete inclusiva, solidale e sicura, che aiuta le donne a raggiungere i propri obiettivi professionali e di carriera. Creiamo opportunità per trovare fonti di ispirazione e sviluppare relazioni, educandoci a vicenda e facilitando l'emancipazione per tutte. Diamo il benvenuto a chiunque si identifichi come donna o chiunque voglia saperne di più ed entrare a far parte di questo gruppo.

ALEX MASON

Co-Presidentessa, ERG Women in the Workplace



P.R.I.D.E.

Abbiamo creato questo gruppo per creare un clima di solidarietà per i dipendenti LGBTQIA+ di Too Good To Go. Facciamo rete, mentre lavoriamo con il management per elaborare politiche e pratiche inclusive. Vogliamo far sì che questo sia un eccellente posto di lavoro per tutti, a prescindere dall'identità sessuale.

MÓNICA VIEIRA

Co-Presidentessa, ERG P.R.I.D.E.

PEOPLE OF COLOR (PERSONE DI COLORE)

Intendiamo creare uno spazio sicuro per le persone di colore in cui si sentano incoraggiate ad acquisire consapevolezza e responsabilità, promuovendo il cambiamento per il progresso.

DANISH AHMAD

Co-Presidente, ERG People of Color



FUNCTIONALLY DIVERSE (FUNZIONALMENTE DIVERSI)

Il nostro gruppo è uno spazio sicuro per tutti i dipendenti che si identificano come funzionalmente diversi o per tutti coloro che desiderano saperne di più in tema di disabilità. Ci concentriamo su una migliore accessibilità sia per i dipendenti sul posto di lavoro che per gli utenti dell'app Too Good To Go.

SHELBY MUELLER

Co-Presidentessa, ERG Functionally Diverse

DI CHE COSA SI TRATTA? **shareback?**

Lanciato alla fine del 2021, Shareback è un programma di volontariato che offre ai nostri dipendenti l'opportunità di utilizzare fino a quattro giorni lavorativi per aiutare le buone cause locali che si occupano di insicurezza alimentare.



757
DIPENDENTI

di Too Good To Go che
prendono parte al programma



3000
ORE

donate dai dipendenti di Too
Good To Go solo nel 2022



5700
ORE

donate dai dipendenti di
Too Good To Go dall'inizio di
Shareback nel 2021



In un bel venerdì di sole a ottobre 2022, il team ha lasciato i laptop per un giorno e ha aiutato a raccogliere le pere avanzate in un frutteto a sud di Bruxelles. La ONG "FruitCollect" lavora con i volontari per donare la frutta in eccesso a enti di beneficenza che collaborano con persone vulnerabili prive della possibilità di avere cibo a sufficienza.

JANNE DELAGRANGE

Customer Care Specialist, Belgio



Quest'anno, il team del Canada si è divertito a smistare il cibo con Daily Bread Food Bank, cucinare i pasti con Harvest Montreal, confezionare scatole per le donazioni con FoodStash ed essere "agricoltori per un giorno" con Foodshare.

LAURA DALMAZZI

People & Culture Manager, Canada



Too Good To Go Denmark ha trascorso la giornata di Shareback confezionando più di 700 Surprise Bag con 6,5 tonnellate di cibo in eccesso. L'evento è stato realizzato in collaborazione con uno dei nostri partner, COOP, e la più grande organizzazione senza scopo di lucro per lo spreco alimentare in Danimarca, Stop Spild Lokalt. Siamo stati inoltre molto felici che il Ministro dell'Alimentazione abbia partecipato all'iniziativa.

HEIDI BOYE

Country Director, Danimarca



I NOSTRI Paesi

Too Good To Go opera in Paesi con un organico di oltre 1000 dipendenti. Ogni giorno viene svolto un lavoro di grande qualità, che non ci piace passi inosservato. Per questo abbiamo coinvolto i nostri Country Director di Belgio, Canada e Portogallo ponendo loro tre domande.

DI QUALE PROGETTO DEL 2022 SEI PIÙ ORGOGLIOSO?



“Nel 2022, abbiamo salvato il nostro 10 milionesimo pasto! Vogliamo ringraziare il team, la nostra comunità di utenti e i nostri partner per aver raggiunto insieme questo traguardo.”

FRANCO PRONTERA
Country Director, Belgio



“La nostra crescita a livello nazionale ha avuto un incredibile successo, salvando dallo spreco pasti in 20 città e collaborando con rinomati brand canadesi come Pizza Pizza, Longo's e Metro.”

SAM KASHANI
Country Director, Canada



“Abbiamo lanciato la nostra campagna Osserva, Annusa, Assaggia con Continente, il più grande player della distribuzione del Portogallo.”

NUNO PLÁCIDO
Country Director, Portogallo

QUAL È STATA LA SFIDA PIÙ GRANDE DELL'ANNO?



“Orientarci nella 'nuova normalità', adattando e cambiando il nostro modo di lavorare per continuare a costruire un'azienda di successo.”

FRANCO PRONTERA
Country Director, Belgio



“Affrontare la continua incertezza che ruota intorno alla pandemia, una delle principali preoccupazioni per la maggior parte dei canadesi e per gli imprenditori.”

SAM KASHANI
Country Director, Canada



“Continuare a trovare un equilibrio tra acquisire nuovi utenti in modo sostenibile e mantenere gli utenti attuali, incoraggiandoli ad utilizzare l'app.”

NUNO PLÁCIDO
Country Director, Portogallo

QUAL È IL TUO MIGLIOR RICORDO COME TEAM?



“Il lancio della nostra Zero Food Waste Week, una fantastica campagna low budget costruita interamente sulla nostra creatività che ha portato all'adesione di 7000 persone, una copertura PR di 64 articoli dedicati sui media e oltre 15 servizi radiofonici e televisivi nazionali.”

FRANCO PRONTERA
Country Director, Belgio



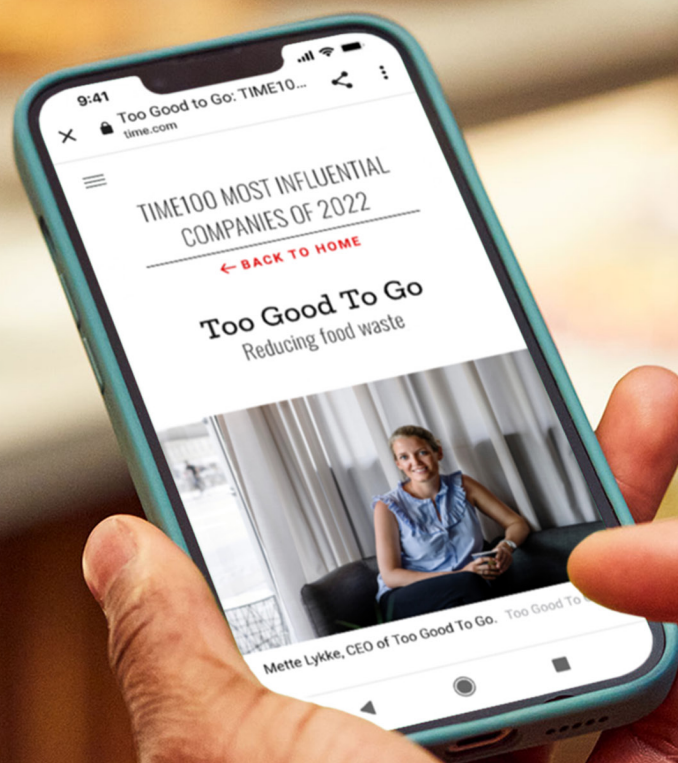
“Il nostro primissimo incontro coast-to-coast come team a livello di Paese, per creare contatti e discutere su come accelerare il nostro impatto e continuare a ispirare e a sensibilizzare i canadesi affinché si uniscano alla lotta contro lo spreco alimentare.”

SAM KASHANI
Country Director, Canada



“La celebrazione del nostro terzo anniversario nel mese di ottobre. Il 2022 è stato un anno impegnativo per noi, quindi avere l'opportunità di festeggiare questo traguardo è stato davvero un momento speciale.”

NUNO PLÁCIDO
Country Director, Portogallo



RICONOSCIMENTO globale

**Il 2022 è stato un anno eccezionale per Too Good To Go.
Abbiamo ricevuto riconoscimenti e consensi da
numerosi media in tutto il mondo.**


25.500
MENZIONI SUI MEDIA


65%
IN TOP MEDIA

Siamo stati definiti una delle "Aziende più influenti" da Time100,
nonché una delle "Aziende più innovative al mondo" da Fast
Company e abbiamo ricevuto diversi premi a livello locale per:

Innovazione

—

Sostenibilità

—

Responsabilità sociale

PREMI E RICONOSCIMENTI



La nostra soluzione innovativa per ridurre gli sprechi alimentari, così come il nostro impegno per la sostenibilità, sono stati presentati in prestigiose testate danesi come *BT*, *Jyllands-Posten*, *Weekendavisen*, *TV 2 NEWS*, e *Børsen*. Anche il nostro Country Director è stato premiato come uno dei migliori professionisti di marketing/comunicazione dell'anno su *The M List*.



In **Polonia**, i nostri leader locali sono stati premiati per il loro contributo alla nostra missione con il premio *Imprenditrice dell'anno* nella categoria Carbon Foot Print, attribuito alla nostra Country Director locale.



Il nostro lancio nelle città di tutto il **Canada** ha ricevuto copertura mediatica da diversi prestigiosi media, tra cui *Canadian Press*, *CTV News Calgary* e *CBC Ottawa*. Negli **Stati Uniti**, testate come *CBS NY*, *Good Morning America*, *People Magazine*, *CNN* e *New York Times* hanno contribuito a far conoscere la nostra soluzione.



In **Spagna**, siamo stati invitati a diverse trasmissioni televisive nazionali e abbiamo vinto premi prestigiosi, tra cui *Miglior Progetto Sostenibile* e *Miglior Marketing Sociale*.



In **Francia**, siamo stati presenti nei migliori programmi radiofonici nazionali e su testate di prestigio, come *France 3* e *Le Monde*, e abbiamo vinto numerosi ambiti premi, tra cui il *LinkedIn Top of Voices Entrepreneurship* con l'account della co-fondatrice Lucie Basch.



In **Italia**, il nostro impegno è stato riconosciuto con l'*Innova Retail Award 2022* e il *Progetto Etichetta Consapevole* negli *LC Sustainability Awards 2022*.



Il nostro lavoro in **Austria** ci è valso il premio *Green Marketing* e le collaborazioni con il WWF per la Giornata internazionale di prevenzione dello spreco alimentare hanno reso ancora più significativa ed importante la nostra mission.



In **Portogallo** e **Belgio**, la nostra soluzione è stata ampiamente riconosciuta e raccomandata dai media come strumento positivo per affrontare l'inflazione per tutte le tipologie di utenti.



Siamo stati presenti in importanti media come *The Irish Times* e *RTE* in **Irlanda**, nonché su *Channel 5*, *BBC*, *The Guardian*, *Huffington Post* e *The Sun* nel **Regno Unito**.



In **Svizzera**, le collaborazioni con chef stellati ci hanno fatto guadagnare servizi su testate come la *Tribune de Genève* e *Léman Bleu TV*.



La nostra soluzione è stata presentata su media come *Nationen* in **Norvegia** e *AD* e *NU* nei **Paesi Bassi**. Abbiamo ottenuto riconoscimenti anche in **Svezia** grazie alle menzioni su *SVT1's Morning Show*, *Aftonbladet* e *Mix Megapol*.



Il riconoscimento globale ottenuto da parte dei media nel corso del 2022 ci ha aiutato ad incrementare la consapevolezza della nostra mission volta alla promozione di pratiche sostenibili e rispettose dell'ambiente nell'industria alimentare.

Questi riconoscimenti e l'attenzione generata ci ricordano che siamo sulla strada giusta, rafforzando la nostra determinazione a continuare ad aiutare famiglie e imprese.

IL NOSTRO futuro





ARRIVEDERCI 2022, benvenuto 2023

Mentre attendiamo con impazienza un altro anno eccezionale in **Too Good To Go**, abbiamo parlato con il co-founder Jamie Crummie per conoscere le sue riflessioni sul 2022 e sull'anno a venire.

Sembra ieri che ci accingevamo a scrivere il nostro Impact Report 2021. E per quanto riguarda le sfide che abbiamo affrontato allora, molte sono ancora attuali nel 2022.

Lo scorso anno è stato indubbiamente caratterizzato da tempi duri, ma i tempi duri rendono le persone più forti.

Oggi questa frase è più vera che mai, motivo per cui siamo orgogliosissimi della forza che il nostro team, i clienti e i partner hanno dimostrato nel far fronte alle avversità!

La resilienza di cui abbiamo dato prova ha permesso a tutti noi di andare incontro alle sfide globali a testa alta e, di conseguenza, di trovare nuovi modi per innovare su tutta la linea. Dalla nostra offerta di prodotti e dal nostro impatto sociale, alle relazioni con i partner e alla gestione del brand, l'innovazione ora non è solo ciò che facciamo, ma anche ciò che siamo.

Eppure, nonostante tutta l'incertezza, il duro lavoro e l'innovazione di portata rivoluzionaria, i nostri team non hanno mai perso di vista l'obiettivo e sono rimasti concentratissimi per contribuire all'Obiettivo di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite di ridurre

del 50% lo spreco alimentare entro il 2030.

Quindi, grazie a tutti per i vostri straordinari sforzi, la dedizione e la genialità nell'innovare. Non avremmo davvero potuto farcela senza di voi e non vediamo l'ora che ci accompagniate nella prossima tappa del nostro viaggio.

Eccoci al 2023!



E prima di concludere, passiamo al nostro gruppo dirigente, poiché abbiamo posto loro un'ultima domanda importante:

“Cosa non vedi l'ora di fare nel 2023?”

“Il lancio di nuovi prodotti, insieme alla nostra nuova piattaforma business to business, per ampliare la nostra capacità di combattere lo spreco alimentare. Questo ci aiuta nel contribuire ancor più direttamente al problema dell'insicurezza alimentare, collaborando con le banche alimentari per risolvere una questione sociale di prim'ordine.”

Simone Leesley

Chief Operating Officer

“Puntiamo a espanderci in nuove aree in cui poter salvare il cibo, come il nostro nuovo approccio alla tecnologia in ambito retail, a dimostrazione che possiamo combattere lo spreco alimentare oltre il nostro marketplace.”

Mateo Rando

Chief Product Officer

“Coinvolgere l'intera organizzazione per un confronto sui nostri valori e comportamenti, accertandoci di essere consapevoli della nostra cultura e di come si evolve man mano che la nostra attività cresce. E incentivare la crescita per tutte le persone all'interno dell'azienda, grazie al nostro nuovo processo di performance e sviluppo denominato ‘Thrive’.”

Mads Ohlsen

VP People & Culture

“L'integrazione di FoodMemo nella piattaforma Too Good To Go, aiutando i nostri clienti dei supermercati non solo a ridurre, ma anche a prevenire ulteriori sprechi alimentari, è il passo più significativo che abbiamo mai fatto al di là del nostro marketplace. Quest'anno, il sistema alimentare riceverà un impulso significativo nella giusta direzione.”

Joost Rietveld

Chief Commercial Officer

“Ampliare la nostra offerta di prodotti per diventare l'unico punto di riferimento per i partner che puntano a raggiungere zero sprechi. Inoltre, registrare il nostro primo anno profittevole per dimostrare una volta per tutte che il nostro modello è finanziariamente sostenibile e che il business e l'impatto positivo possono davvero andare di pari passo.”

Mette Lykke

CEO

La pressione sembra davvero tanta. Per fortuna lavoriamo bene sotto pressione.



Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (2016). *Etude Pertes et gaspillages alimentaires : état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire.* ADEME.

Capgemini Research Institute (2022). *Reflect. Rethink. Reconsider. Why food waste is everybody's problem.*

Champions 12.3 (2022). *SDG Target 12.3 on Food Loss and Waste: 2022 Progress Report.*

Epinion (2022). *Su richiesta di Too Good To Go. Impact - date labelling. Report pretest All Markets. n=28,434 across 12 EU countries.*

Commissione europea, direzione generale della Salute e della sicurezza alimentare (2018). *Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention : final report.* Ufficio delle pubblicazioni, CE.

Unione europea (2022). *Scheda informativa: Equal Pay? Time to close the gap!* Lussemburgo, UE.

Eurostat (2020). *Food waste and food waste prevention - estimates.* Consultato il 2 maggio 2023, da https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates#Amounts_of_food_waste_at_EU_level.

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (2014). *Food wastage footprint - Full-cost accounting, Final report.* Roma, FAO.

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura, Fondo internazionale per lo sviluppo agricolo, UNICEF, Programma alimentare mondiale e Organizzazione mondiale della sanità (2022). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2022.* Roma, FAO.

Kantar (2023). Su richiesta di Too Good To Go. *Global Brand Tracker Too Good To Go.* n=13,611 across 17 countries (266409827).

Myclimate (2019). *The myclimate Flight Emission Calculator.* Zurigo. Consultato il 24 2020, da https://co2.myclimate.org/en/flight_calculators/new.

Pew Research Center (2023). *Gender pay gap in U.S. hasn't changed much in two decades.* Washington.

TNS political & social (2015). Su richiesta della Commissione europea, Direzione generale della Salute e della sicurezza alimentare. *Flash Eurobarometer 425: Food waste and date marking.*

Programma alimentare mondiale (2022). *War in Ukraine drives global food crisis.* Roma, PAM.

World Wildlife Fund - Regno Unito e Tesco (2021). *Driven to Waste: the global impact of food loss and waste on farms.* Woking, WWF-UK.

Grazie di averci aiutato a realizzare la nostra missione:

**ISPIRARE E SENSIBILIZZARE TUTTI
PER COMBATTERE INSIEME LO SPRECO ALIMENTARE.**

