

MyFoody, la startup che ha già salvato 80 chili di cibo

Prodotti in scadenza o con difetti estetici vengono venduti sulla piattaforma web a prezzi ribassati. L'idea di quattro under 30 italiani.

Ottanta chili di cibo "salvato" dalla spazzatura, e 320 chilogrammi di anidride carbonica in meno. Sono i risultati di quasi due mesi di attività di MyFoody, una delle startup dell'incubatore Alimenta sviluppato dalla fondazione del Parco tecnologico padano. La piattaforma, lanciata il 20 maggio dal ventisettenne Francesco Giberti, sembra un normale sito di e-commerce. Ma in vendita c'è un prodotto speciale: il cibo vicino alla data di scadenza, con difetti di packaging o in eccedenza, che i supermercati rifilerebbero nella pattumiera. E che invece, tramite MyFoody, può essere venduto a prezzi ribassati e quindi recuperato.

L'idea nasce nel 2012 quando Francesco, allora studente di giurisprudenza per un periodo di studio in Belgio, compra un pacco di biscotti bio e una volta tornato a casa si accorge che la scadenza è imminente. Si chiede se è giusto comprare a prezzo pieno un prodotto che ha una vita minore rispetto agli altri. Da lì comincia le sue ricerche. Scopre che i numeri italiani sono sconcertanti: nella distribuzione alimentare si buttano ogni anno 277mila tonnellate di cibo ancora commestibile. Un grosso danno ambientale, visto che ogni chilo di cibo sprecato equivale, secondo i calcoli di Wwf, a quattro chilogrammi di anidride carbonica emessa nell'ambiente. Solo 8,5% delle eccedenze viene recuperato e donato dalle associazioni non profit, il restante 91,5% finisce con gli altri rifiuti.

Nella distribuzione alimentare si buttano ogni anno 277mila tonnellate di cibo ancora commestibile. Ogni chilo sprecato equivale a quattro di anidride carbonica emessa nell'ambiente
Il 20 maggio, dopo un periodo di accelerazione nell'Impact Hub

di Firenze, viene lanciata la piattaforma (per il momento ancora in versione beta) con in coinvolgimento di 13 punti vendita di Milano, tra catene, market indipendenti e negozi bio. La squadra è composta da quattro ragazzi, tutti under 30: oltre a Francesco, che nel frattempo si è laureato, ci sono Luca Masseretti, laureato in economia, Esmeralda Colombo, laureata anche lei in giurisprudenza, e Stefano Rolla, con una laurea in architettura.

Il funzionamento di MyFoody è semplice. Il punto vendita carica sulla piattaforma i prodotti a rischio spreco. Il cliente, una volta consultata la piattaforma, si reca nel punto vendita e compra i prodotti a prezzi più bassi di quelli di mercato. «I prodotti a rischio sono di tre tipi», spiega Francesco Giberti. «Ci sono i prodotti vicini alla scadenza che vengono tolti dagli scaffali, ma che hanno ancora da due a dieci giorni di vita utile». Lo scatolame, addirittura, viene rimosso dagli scaffali anche venti giorni prima della scadenza. Per policy aziendale, i clienti non devono imbattersi in scadenze ravvicinate. Poi ci sono «i prodotti con difetti estetici, come lo scatolame ammaccato o la frutta e la verdura rovinate all'esterno e i prodotti overstock acquistati dai negozi in quantità superiori rispetto ai reali bisogni che rimangono in magazzino».

Il punto vendita carica sulla piattaforma i prodotti a rischio spreco. Il cliente, una volta consultata la piattaforma, si reca nel punto vendita e compra i prodotti a prezzi più bassi di quelli di mercato

Anziché finire nella pattumiera, questi cibi vengono venduti sulla piattaforma MyFoody a prezzi scontati. Per i prodotti vicini alla scadenza viene anche indicato il numero di giorni utili che restano. Lo sconto aumenta con l'avvicinarsi della scadenza. Ai venditori viene fornito un kit, con un dispositivo a forma di pistola che rende molto semplice il caricamento dei prodotti sulla piattaforma. Per i punti vendita non c'è quindi un impiego di tempo eccessivo e si riesce a ottenere un guadagno da prodotti che invece avrebbero fruttato zero. Il guadagno per MyFoody è in percentuale sul

venduto, dal 10 al 15% in base alla grandezza del punto vendita, più un canone d'uso del dispositivo per caricare i prodotti.

«La nostra sfida», spiega Francesco, «è che la grande distribuzione possa creare valore per se stessa ma anche per gli utenti a livello sociale». Quando fa la spesa, l'utente sa in tempo reale quanto risparmia in termini economici e quanta anidride carbonica ha risparmiato. Prendiamo ad esempio una barretta di cioccolato fondente che ha ancora 18 giorni di vita utile: il prezzo è scontato del 30 per cento, il risparmio equivale a 1,15 euro, mentre l'anidride carbonica risparmiata è di 400 grammi. «Recuperare i prodotti per donarli per i punti vendita rappresenta un costo», dice Francesco. «Né si ha alcun vantaggio a livello fiscale ed economico». Per questo le donazioni sono ancora ferme all'8,5 per cento. Con MyFoody, invece, il prodotto può essere venduto ancora. E il negozio ci guadagna. Dopo la fase beta, che terminerà a settembre, a MyFoody fanno progetti in grande. Sono in fase accordi con nomi noti della grande distribuzione organizzata, e da Milano promettono di spostarsi da ottobre anche in altre città. Il risparmio è garantito.

[link all'articolo](#)