



Lotta allo spreco alimentare: cameo insieme a Regusto per tracciare le donazioni e misurare l'impatto su persone e ambiente

Nel 2024 sono stati oltre 135.000 i kg di prodotti che l'azienda ha donato a Banco Alimentare

Desenzano del Garda, mercoledì 18 dicembre 2024 – La **riduzione degli sprechi**, in particolar modo quelli alimentari, è un **valore insito nel DNA di cameo**, che da sempre è impegnata nell'implementazione di progetti e iniziative a favore di questo importante obiettivo. A questo proposito, tra i rapporti più di lunga data dell'azienda di Desenzano del Garda c'è quello con **Banco Alimentare**, onlus che si occupa della raccolta di generi alimentari e del recupero delle eccedenze di produzione, con cui cameo collabora da oltre vent'anni. **Nel 2024 cameo ha donato all'organizzazione oltre 135.000 kg di prodotti**, per un totale di circa **271.000 pasti equivalenti distribuiti**.

Oltre al grande valore e all'impatto tangibile che azioni come questa hanno a livello sociale, è importante sottolineare quanto un gesto così semplice – donare eccedenze produttive che, altrimenti, andrebbero buttate – abbia anche un'influenza positiva sul benessere del Pianeta. Quest'anno, questo conferimento da parte di cameo, infatti, ha generato un **risparmio totale di 228.000 kg di CO₂** e di oltre **267.000 m³ di acqua** e ancora di circa **393.000 m² di suolo** calcolati attraverso la **piattaforma digitale ESG Regusto**, che utilizza algoritmi proprietari basati su standard di riferimento internazionali utili per produrre analisi dettagliate delle donazioni.

Tenere traccia dei processi che fanno parte di questo tipo di iniziative è fondamentale per monitorare e rendicontare l'impatto concreto dell'agire responsabile di un'azienda. Proprio per questo motivo, da quest'anno, cameo si è avvicinata alla realtà di **SpesaSospesa.org** - il progetto di solidarietà circolare nato nel 2020 per sostenere persone e famiglie in difficoltà - e al suo "cuore tecnologico" Regusto.

*"Poter toccare con mano i risultati ottenuti quest'anno e vedere delle cifre così importanti ci rende molto orgogliosi e ci conferma che, in qualità di azienda responsabile, siamo sulla strada giusta" racconta **Federica Ferrari, Executive Manager Corporate Communication di cameo**. "L'attenzione alla riduzione degli sprechi alimentari è da sempre molto alta in azienda e negli anni ci siamo posti obiettivi molto ambiziosi, che potremo raggiungere intervenendo sia sugli sprechi di produzione nei nostri stabilimenti che donando o ridistribuendo le eccedenze attraverso la collaborazione con realtà territoriali come Banco Alimentare e Too Good To Go."*

Marco Raspati, CEO e co-founder di Regusto, commenta: *"L'attività di Regusto nasce nel 2016 con l'obiettivo di proporre alle imprese soluzioni concrete ed efficaci per ridurre lo spreco e convertirlo in risorsa. Il nostro network oggi connette il più grande ecosistema circolare italiano con oltre 600 aziende e circa 1300 enti non-profit. Una opportunità per le imprese che possono ottimizzare i propri processi di gestione dei prodotti a rischio spreco, tracciando i flussi in maniera trasparente e misurando gli impatti generati a livello sociale, ambientale ed economico."*

Una parte importante del percorso di cameo, inoltre, riguarda la **sensibilizzazione dei consumatori**. In quest'ottica, quest'anno l'azienda ha deciso - anche con il supporto attivo di un altro partner di valore come Too Good To Go - di sviluppare una **guida antispreco**. Il documento raccoglie numerose informazioni, utili suggerimenti e pratiche ricette accomunate da un unico e fondamentale obiettivo: sensibilizzare i consumatori sui temi dello spreco alimentare e ispirarli al cambiamento a partire da piccoli grandi accorgimenti quotidiani.

A proposito di cameo.

cameo è un'azienda alimentare con sede a Desenzano del Garda (BS) specializzata in torte, dessert e pizze. Produce e distribuisce, su tutto il territorio nazionale, oltre 400 prodotti. Da più di 90 anni, con la consapevolezza del ruolo importante che il cibo riveste nelle vite dei consumatori, unisce le persone offrendo loro il gusto di casa. Lo fa attraverso i prodotti dei suoi marchi più iconici, cameo, Paneangeli e Bertolini, con i quali milioni di italiani creano il gusto di casa non solo scoprendo il piacere di fare qualcosa con le proprie mani ma anche gustandoli e condividendoli con i propri cari. Per cameo, creare il gusto di casa, significa anche preservare il mondo in quanto casa in cui valga la pena vivere, adottando una strategia di lungo termine, attenta al risparmio delle risorse. Per i suoi 340 collaboratori, creare il



cameo Italia

gusto di casa vuol dire lavorare in un ambiente inclusivo, capace di ispirare, dove imparare ad agire in logica imprenditoriale, dando forma al proprio futuro. Scopri di più: company.cameo.it

PER ULTERIORI INFORMAZIONI | **Havas Pr Milan - Ufficio stampa cameo**
Martina Luise - +39 342 918 2916 – martina.luise@havaspr.com
Claudia Mastrodonato - +39 335 106 4108 - claudia.mastrodonato@havaspr.com