



Torna “Sensi di Polpa”, la campagna di sensibilizzazione contro lo spreco alimentare. In due anni salvati 10.000 kg di frutta

Per il terzo anno consecutivo torna l’iniziativa di cameo per sensibilizzare e generare consapevolezza intorno a un tema fondamentale come lo spreco di cibo

Desenzano del Garda, 18 luglio 2023 - cameo annuncia il ritorno, per il terzo anno consecutivo, dell’iniziativa “**Sensi di Polpa**”: la campagna nata per sensibilizzare sulle buone pratiche che possono contribuire a salvare il cibo, in particolare la frutta, che purtroppo ancora troppo spesso viene sprecato in quantità molto elevate.

Il progetto, che vuole rappresentare un’ispirazione per scoprire utilizzi alternativi della frutta ammaccata o imperfetta così da evitarne lo spreco, giunge quindi alla sua **terza edizione**, anche grazie agli incoraggianti risultati che questa iniziativa ha permesso di raggiungere dal 2021 ad oggi. Attraverso il contributo di tutte le persone che hanno risposto all’invito di cameo a salvare la frutta imperfetta e a segnalarlo attraverso il sito web dedicato, **sono stati salvati ben 10.000 kg di frutta**; un risultato davvero importante che è destinato a migliorare ulteriormente grazie al rilancio della campagna.

Per avere un’idea ancora più chiara e tangibile di quale sia il vero impatto di questa iniziativa, basta pensare che 10.000 kg di cibo salvato equivalgono a ben **25.000 kg di emissioni CO₂ evitate**, a loro volta comparabili a **5 giri del mondo in aereo**. Queste equivalenze rendono immediato comprendere quanto la riduzione degli sprechi alimentari – causa che vede impegnata cameo anche attraverso la collaborazione con Too Good To Go - abbia un impatto significativo sul benessere del pianeta.

“La lotta allo spreco alimentare è da sempre parte del DNA di cameo e dei suoi prodotti. Richiamare l’attenzione dei consumatori sulla quantità di frutta che viene sprecata solo perché brutta, vuole essere uno stimolo a guardare oltre l’estetica e a intraprendere abitudini più sostenibili. Questa campagna, alla sua terza edizione, ha portato a risultati significativi che dimostrano quanto il contributo di ognuno di noi sia fondamentale.”
Commenta **Federica Ferrari, Executive Manager Corporate Communication di cameo**.

Un rinnovato invito per i consumatori che cameo lancia fornendo spunti per utilizzare la frutta molto matura o imperfetta in modi alternativi come, ad esempio, la preparazione di marmellate e confetture. Per questo messaggio di sensibilizzazione, la campagna di comunicazione si è recentemente aggiudicata il premio per la categoria **Comunicazione Ambientale ai Touchpoint Awards Engagement 2023**, il riconoscimento che premia le iniziative in grado di generare un alto livello di coinvolgimento e partecipazione dei consumatori.

Quest’anno Sensi di Polpa si arricchisce di un ulteriore contenuto, che contribuisce a portare il tema dello spreco alimentare anche all’attenzione dei più piccoli, nella prima fase della costruzione del loro rapporto con il cibo: un **libro di favole per bambini** le cui protagoniste - Malconcia la fragola, Sciupata l’arancia e Malandata la pesca – accompagneranno insegnanti e bambini delle scuole primarie nell’ambito del progetto **Dolce Scuola cameo**. Un’ulteriore conferma e ricaduta concreta del grande valore che il tema della lotta allo spreco alimentare rappresenta per cameo, che ha intrapreso un percorso strutturato per aumentare la consapevolezza con cui le persone affrontano scelte e abitudini nella propria vita quotidiana. Questo impegno si estende alla ricerca da parte dell’azienda di soluzioni anti-spreco in tutta la filiera ma in primis su ciò che avviene nei suoi stabilimenti ovvero, entro il 2025, una riduzione del 25% degli sprechi alimentari generati internamente.

Ognuno di noi, può dare il suo contributo per una causa di così alto valore. Accedendo alla [sezione](#) dedicata è infatti possibile contribuire ad azzerare il counter registrando il numero di kg di frutta imperfetta salvata dal pericolo dello spreco.

Scopri di più sul nostro impegno:

<https://company.cameo.it/il-nostro-impegno/sostenibilita/our-world-ambiente-e-societa>



cameo Italia

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

havas pr milan – Ufficio stampa cameo

Andrea Mazza – 02 85457004 – andrea.mazza@havaspr.com

Claudia Mastrodonato – 0285457037 – claudia.mastrodonato@havaspr.com

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 200 prodotti. Da oltre 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 350 collaboratori, creare il 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. company.cameo.it