



— 2023 —

IMPACT REPORT



328.554 tonnellate di CO₂e evitata
salvando il cibo
dallo spreco



121.686.720 pasti salvati
grazie alle soluzioni di
Too Good To Go

INDICE

INTRODUZIONE

- 04 Le parole degli eroi quotidiani
- 06 Le parole del nostro CEO
- 08 Informazioni sullo spreco alimentare
- 10 Le soluzioni di Too Good To Go

IL NOSTRO IMPATTO

- 18 Calcolo dell'impronta ecologica
- 20 Il 2023 in cifre

LA NOSTRA COMMUNITY

- 24 Grandi catene
- 30 Negozi indipendenti
- 32 Partner Box Dispensa

LE NOSTRE INIZIATIVE

- 36 L'iniziativa "Osserva-Annusa-Assaggia" per le date di scadenza
- 40 La nuova generazione
- 42 Un po' di politica
- 44 Una giornata per la sensibilizzazione

LA NOSTRA AZIENDA

- 48 B Corp
- 50 Impronta di carbonio
- 52 Valori e comportamenti
- 54 Diversità, equità e inclusione
- 56 Gruppi di risorse per i dipendenti
- 58 Shareback

IL NOSTRO FUTURO

- 62 Riconoscimenti
- 64 Un brillante 2024

FONTI

- 66 Fonti



LE PAROLE DEGLI EROI quotidiani

Dunque, il 2023.

da dove cominciare?

Senza dubbio dal nostro fantastico team. Per prima cosa, abbiamo posto una domanda sull'ultimo anno in **Too Good To Go**:

**Qual è stato il momento
più memorabile del 2023?**

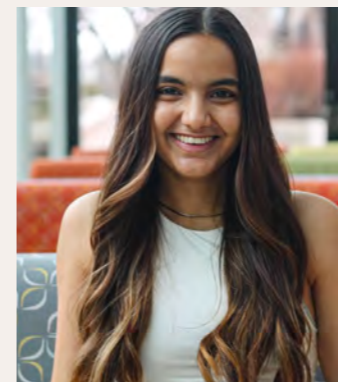
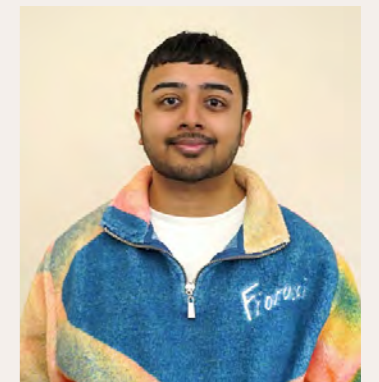


“Stiamo assistendo ad un aumento dell’attesa e dell’entusiasmo da parte del team che segue i negozi partner negli Stati Uniti per il lancio di **Too Good To Go**. Durante un training con 30 punti vendita, abbiamo constatato che il 25% di loro erano già utenti di **Too Good To Go**, mentre i restanti erano in attesa dell’approvazione finale dalla sede centrale o ricevevano domande da parte dei clienti sull’avvio della collaborazione. Questo sottolinea l’impegno profuso nel corso del 2023 negli Stati Uniti, per aprire la strada a nuove ed entusiasmanti partnership con le grandi catene nel 2024!”

Calvin Ruth
Key Partner Growth Manager, US

“Il mio momento preferito è stata la riunione del team creativo globale: si respirava un clima di collaborazione, con discussioni aperte, spazi di condivisione e impegno collettivo. Mi ha ricordato i motivi per cui amo **Too Good To Go** e quanto sono grato per le persone con cui lavoro.”

Abdul Hye
Ufficio marketing (reparto creativo), Regno Unito



“Ero in un negozio a discutere di una potenziale partnership quando una cliente si è unita alla conversazione e mi ha raccontato di come **Too Good To Go** sia stata un'ancora di salvezza per il suo negozio di crêpe. Questi sono i momenti che mi fanno capire quanto sia profondo l'impatto della nostra attività!”

Akanksha Yeola
Ufficio commerciale, Canada

“Entrare in un negozio e vedere i clienti in coda in attesa di ricevere le loro **Surprise Bag**, mentre mi spiegavano quanto li fa stare bene aiutare il pianeta e al tempo stesso risparmiare. Mi sono sentita molto orgogliosa nel contribuire a creare questa meravigliosa community.”

Silvia Magán
Ufficio marketing (PR), Spagna



Il 2023 è stato un altro anno difficile per il nostro pianeta, segnato da enormi cambiamenti e sfide a livello globale. Ma noi di **Too Good To Go** crediamo fermamente in due principi: il primo è che il progresso positivo è sempre possibile e il secondo è che i piccoli gesti possono avere un impatto enorme.

È fondamentale che la società nel suo insieme, limiti la progressione del riscaldamento globale, come stabilito dall'Accordo di Parigi: a questo scopo, **Too Good To Go** concentra la propria attenzione sullo spreco alimentare, una delle cause principali del cambiamento climatico.

LE PAROLE DELLA NOSTRA CEO



Tra tutti i problemi ambientali che ci troviamo ad affrontare, lo spreco alimentare è quello che più infastidisce, dato che sarebbe evitabile con alcuni semplici accorgimenti. Ma per questo problema "sciocco" servono soluzioni intelligenti. Per questo motivo, nel 2023:

Abbiamo continuato a lavorare insieme ai partner per aumentare il nostro impatto, salvando il cibo dallo spreco grazie alle **Surprise Bag**.

Abbiamo esteso la nostra nuova linea di soluzioni, **Box Dispensa**, a vari Paesi europei, aiutando le industrie alimentari a salvare quasi 700.000 Box dallo spreco.

Abbiamo esteso la nostra soluzione end-to-end, **Too Good To Go Platform**, che consente alle imprese alimentari di automatizzare la gestione delle date di scadenza. Il lancio completo è previsto per il 2024.

Abbiamo vinto il prestigioso App Store Award di Apple nella categoria "Cultural Impact", che riconosce il profondo impatto della nostra app sulla società.

Abbiamo lanciato nuovi e stimolanti programmi collaborato con governi, università e responsabili politici per migliorare la legislazione e l'istruzione in materia di spreco alimentare.

Il nostro interesse numero uno sarà sempre il numero di pasti che riusciamo a salvare dallo spreco.

Nel 2023 abbiamo salvato **121.686.720 pasti** con le nostre Surprise Bag, le Box Dispensa e le altre soluzioni: ben il **46%** in più rispetto al 2022. Salvare tutti questi pasti ha significato evitare lo spreco di circa **100 miliardi di litri d'acqua** e l'emissione di **328.554 tonnellate di CO2e** nell'atmosfera: l'equivalente di oltre **57.000** passeggeri in volo intorno al mondo.

Nessuno di questi successi sarebbe stato possibile senza il contributo dei nostri partner, utenti e dipendenti. Grazie di cuore a tutti per il vostro impegno, il vostro duro lavoro e la vostra passione. Sono questi valori a darmi la certezza che nel 2024 faremo ancora meglio.

Mette

Mette Lykke,
CEO, Too Good To Go

informazioni

SULLO SPRECO ALIMENTARE

Prima di presentare il piano di Too Good To Go per contrastare lo spreco alimentare, dobbiamo fare chiarezza sul problema:



FINO AL 40% DEL CIBO PRODOTTO NEL MONDO VIENE SPRECATO

(WWF, 2021)

IL COSTO DELLO SPRECO ALIMENTARE GLOBALE AMMONTA A CIRCA 1 TRILIONE DI DOLLARI L'ANNO

(FAO, 2014)

LO SPRECO ALIMENTARE CAUSA IL 10% DI TUTTE LE EMISSIONI DI GAS SERRA PRODOTTE DALL'UOMO NEL MONDO

(WWF, 2021)

Il cibo gettato via inutilmente causa lo spreco di risorse quali terreno, acqua, fertilizzante e carburante.

Il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente stima che lo spreco alimentare comporti l'utilizzo del 30% dei terreni agricoli e del 21% dell'acqua dolce a livello globale (UNEP, 2021). Il che è, passateci il termine non proprio scientifico, un disastro.

QUINDI, CHE COSA POSSIAMO FARE?

Per limitare la progressione del riscaldamento globale, dobbiamo guardare alle cause del cambiamento climatico. Noi abbiamo scelto di concentrarci su una delle più rilevanti: lo spreco alimentare.

Anche se la questione non è semplice e le statistiche sono preoccupanti, non bisogna perdere le speranze.

Non è impossibile risolvere il problema dello spreco alimentare:

si tratta di migliorare la gestione e la distribuzione delle risorse di modificare determinati comportamenti.

Chiaramente sono delle sfide complesse, che però possono essere affrontate con la giusta dose di intelligenza e creatività. Per questo motivo, la missione di **Too Good To Go** è quella di ispirare le persone e dare loro gli strumenti (sia a casa che al lavoro) per contrastare lo spreco alimentare insieme.

Adesso vedremo quali soluzioni abbiamo adottato per trasformare questi propositi in realtà.



le soluzioni di TOO GOOD TO GO ⚡

Vorresti capire esattamente a cosa serve **Too Good To Go**, quali soluzioni offre e quali vantaggi genera ciascuna di esse? Te lo diciamo subito!

IN BREVE:

**TI AIUTIAMO A SALVARE IL
CIBO DALLO SPRECO**

Abbiamo un'app che connette gli utenti con le **Surprise Bag** e le **Box Dispensa**, che contengono cibo ancora buono che altrimenti verrebbe buttato. Adesso abbiamo aggiunto anche **Too Good To Go Platform**, che aiuta i rivenditori a prevenire lo spreco alimentare in negozio.

IN POCHE PAROLE:

**SIAMO AMANTI DEL
CIBO RESPONSABILE**



Le soluzioni di Too Good To Go

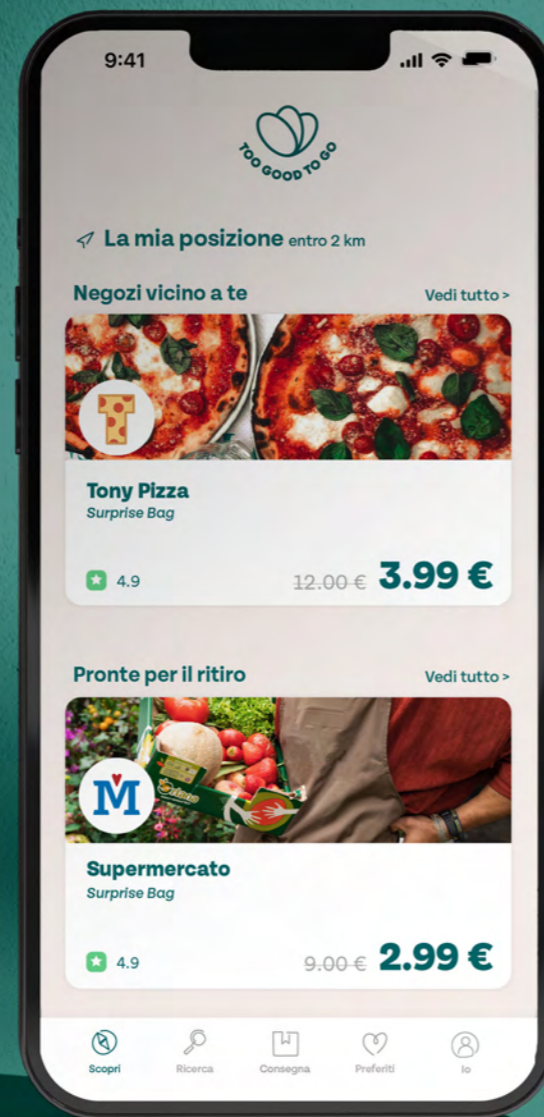
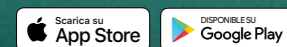
L'APP

L'app Too Good To Go è il più grande marketplace al mondo per le eccedenze alimentari, attivo in 17 Paesi tra Europa e America del Nord.

La nostra app connette oltre 85 milioni di utenti registrati con il cibo invenduto dei maggiori negozi del settore.

Grazie alle nostre **Surprise Bag** e **Box Dispensa**, utenti e partner possono salvare il cibo ancora buono da consumare che altrimenti verrebbe buttato.

Non solo la nostra app è uno strumento fondamentale per contrastare lo spreco alimentare, ma è anche facilissima da usare. Perché non la scarichi e non dai un'occhiata?



LA SURPRISE BAG DI TOO GOOD TO GO

I negozi, bar e ristoranti aderenti prendono il loro delizioso cibo invenduto e lo inseriscono nelle **Surprise Bag**.

Tramite l'app, gli utenti possono prenotare le Surprise Bag e acquistarle a prezzo ridotto.

Chi non ama le belle sorprese?

LA BOX DISPENSA DI TOO GOOD TO GO

Una delle difficoltà principali per industrie alimentari e produttori è la gestione delle eccedenze. Il cibo ancora buono e a lunga conservazione spesso viene buttato ancora prima di arrivare ai rivenditori.

Grazie alle **Box Dispensa**, si evita lo spreco dei prodotti invenduti confenzionandoli in grandi box e consegnandoli direttamente agli utenti a un prezzo vantaggioso.

Nel 2023 abbiamo lanciato le nostre Box Dispensa in cinque Paesi: Francia, Danimarca, Paesi Bassi, Belgio e Italia.

Un vantaggio per le industrie alimentari, i clienti e il pianeta.

È per questo che la chiamiamo una soluzione win-win-win.



Le soluzioni di Too Good To Go

TOO GOOD TO GO PLATFORM

I controlli delle date di scadenza e la scontistica in negozio comportano procedure lunghe, impegnative e soggette a errori, soprattutto nelle grandi aziende.

Secondo il Grocery Retailing Institute europeo, i costi associati allo spreco alimentare costituiscono circa il 2% dei ricavi netti dei negozi del settore retail, che è quasi l'equivalente dei loro margini medi.

Nel 2023 abbiamo testato **Too Good To Go Platform** per il supporto dell'inventario dei nostri partner, in modo da aiutarli ad aumentare il fatturato e ridurre lo spreco alimentare.

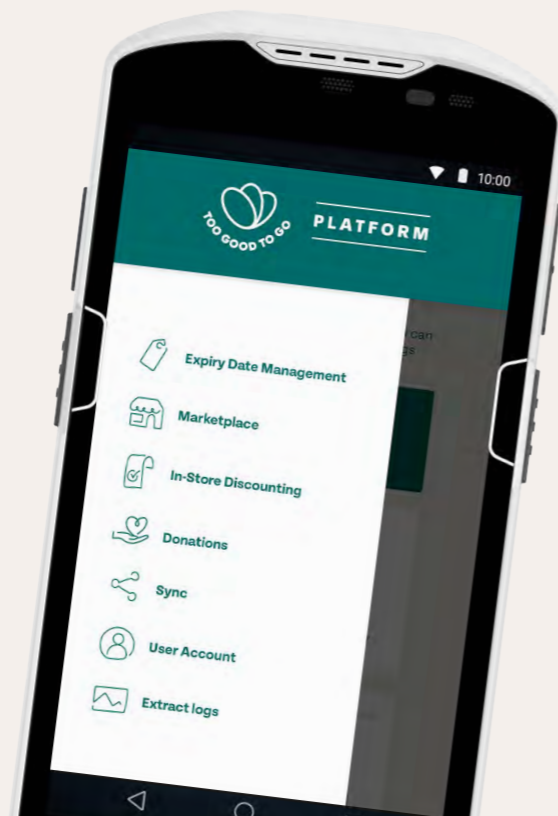
Too Good To Go Platform attualmente integra cinque moduli in un'unica interfaccia e offre ai partner una soluzione modulare personalizzata per scegliere la propria strategia di gestione delle eccedenze in store. Questi moduli includono:

- Gestione delle date di scadenza
- Raccomandazioni
- Scontistica intelligente
- Consumer Marketplace
- Donazioni

**Ipotizzando un guadagno medio per Surprise Bag per Paese, estrapolato dal numero totale di Surprise Bag vendute a livello globale nel 2023.*

Dopo aver visto come **Too Good To Go Platform** può aiutare i rivenditori nella gestione delle eccedenze, vediamo ora qualche numero iniziale.

- **Too Good To Go** ha aiutato i partner a recuperare 980 milioni di dollari* in profitti riducendo drasticamente l'inventario in eccesso.
- Grazie all'elenco di prodotti vicini alla scadenza generato tramite algoritmi, i controlli manuali sono ridotti all'1-7% dei prodotti.
- In media, **Too Good To Go Platform** aiuta i rivenditori a risparmiare fino a 1 ora al giorno per dipendente.



ORDINA E VENDI
sullo scaffale a prezzo pieno



CONTROLLA

Gestione delle date di scadenza

Migliora l'efficienza della gestione dell'inventario
Riduci il numero di prodotti scaduti sugli scaffali
Aumenta la soddisfazione dei clienti
Diminuisce lo spreco alimentare



OTTIMIZZA

Raccomandazioni

Riduci la possibilità di errori nello smistamento
Molteplici canali di distribuzione per le eccedenze

DISTRIBUISCI



Scontistica intelligente

Ottimizza i tassi di sconto a livello di codice SKU

Aumenta i profitti dai prodotti scontati vicini alla scadenza



Consumer Marketplace

Affluenza, upsell
Affinità di marca



Donazioni

Tracciabilità
Connessione con app di terze parti

MONITORAGGIO E REPORT DIGITALE

Informazioni utili

IL NOSTRO IMPATTO

Calcolo dell'impronta ecologica
Il 2023 in cifre



CALCOLO dell'impronta ECOLOGICA

Uno dei nostri obiettivi è migliorare costantemente il modo in cui misuriamo il nostro impatto ambientale; quindi, nel 2023 (sotto la guida degli esperti del settore) abbiamo apportato delle modifiche ai nostri calcoli delle emissioni di CO₂e.

Innanzitutto, siamo passati dal termine CO₂e **salvata** a quello di CO₂e **evitata**, in linea con il lessico della contabilità del carbonio.

Abbiamo anche collaborato con Merieux NutriSciences | Blonk, leader nel campo della sostenibilità alimentare, per calcolare l'impronta ecologica di ogni pasto salvato con **Too Good To Go**.

In precedenza, il nostro calcolo delle emissioni di CO₂e si basava su un'ampia ricerca a livello globale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO, 2013). Anche se ciò ha fornito informazioni attendibili e di vitale importanza, volevamo qualcosa di più specifico; per questo motivo Merieux NutriSciences | Blonk ha personalizzato il nostro calcolo in modo da includere solo gli elementi pertinenti al cibo che salviamo.

Con questa procedura, non solo abbiamo calcolato quante emissioni di CO₂e evitiamo salvando il cibo, ma anche quanto terreno e quanta acqua evitiamo di utilizzare a vuoto, aiutandoci così a comprendere meglio il nostro impatto sul pianeta.



IL CALCOLO

L'impronta ecologica di **Too Good To Go** è la differenza netta tra l'impatto generato in due scenari diversi:

Scenario 1

Il cibo in eccesso viene trasformato in rifiuti e sottoposto a un processo di smaltimento. Ad esempio, potrebbe venire incenerito oppure finire in discarica.

Scenario 2

Too Good To Go consente di salvare il cibo in eccesso dallo spreco, evitando la produzione di nuovi alimenti.



Abbiamo chiesto agli esperti dell'Università di Oxford e del WRAP (Waste and Resources Action Programme) di eseguire un duplice (anzi, triplice!) controllo della metodologia e dei calcoli, così da ottenere la valutazione più accurata possibile.

“Questo report è un passo importante verso la comprensione dell'impatto ambientale dell'attività di **Too Good To Go** e, per estensione, della riduzione dello spreco alimentare. L'approccio tecnico è senza dubbio valido e mi complimento con gli autori, soprattutto per il loro rapporto costruttivo con i revisori nel corso del progetto.”

Hamish Forbes,
WRAP

“Si tratta di una ricerca estremamente interessante. Fornisce una valutazione esauriente di questa importante iniziativa per la riduzione dello spreco alimentare e rivela i benefici che il lavoro di **Too Good To Go** apporta all'ambiente, oltre all'impatto positivo che questa attività genera per il pianeta.”

Dr. Joseph Poore,
Università di Oxford

ADESSO SAPIAMO CHE SALVANDO UN PASTO (1 KG DI CIBO), EVITIAMO:


2,7 KG
di emissioni di CO₂e


2,8 M²
di suolo utilizzato all'anno


810
litri d'acqua

Per scoprire di più, visita il sito di **Too Good To Go** e leggi il report completo

2023 IN CIFRE

Dal 2016, grazie all'aiuto della community, **Too Good To Go** ha continuato a fare progressi, creando partnership con molteplici attività del settore alimentare per salvare oltre **300 milioni di pasti**.

È l'equivalente di un pasto al giorno per ogni abitante di Giappone, Germania e Turchia (e rimarrebbe abbastanza cibo anche per tutti i Paesi Bassi).

— Situazione globale —

LE CIFRE DEL 2023

Nel 2023, si sono registrati oltre

21 MILIONI
DI NUOVI UTENTI

Abbiamo creato partnership con oltre

72 MILA NUOVI
NEGOZI

E abbiamo salvato ben

121.686.720 PASTI



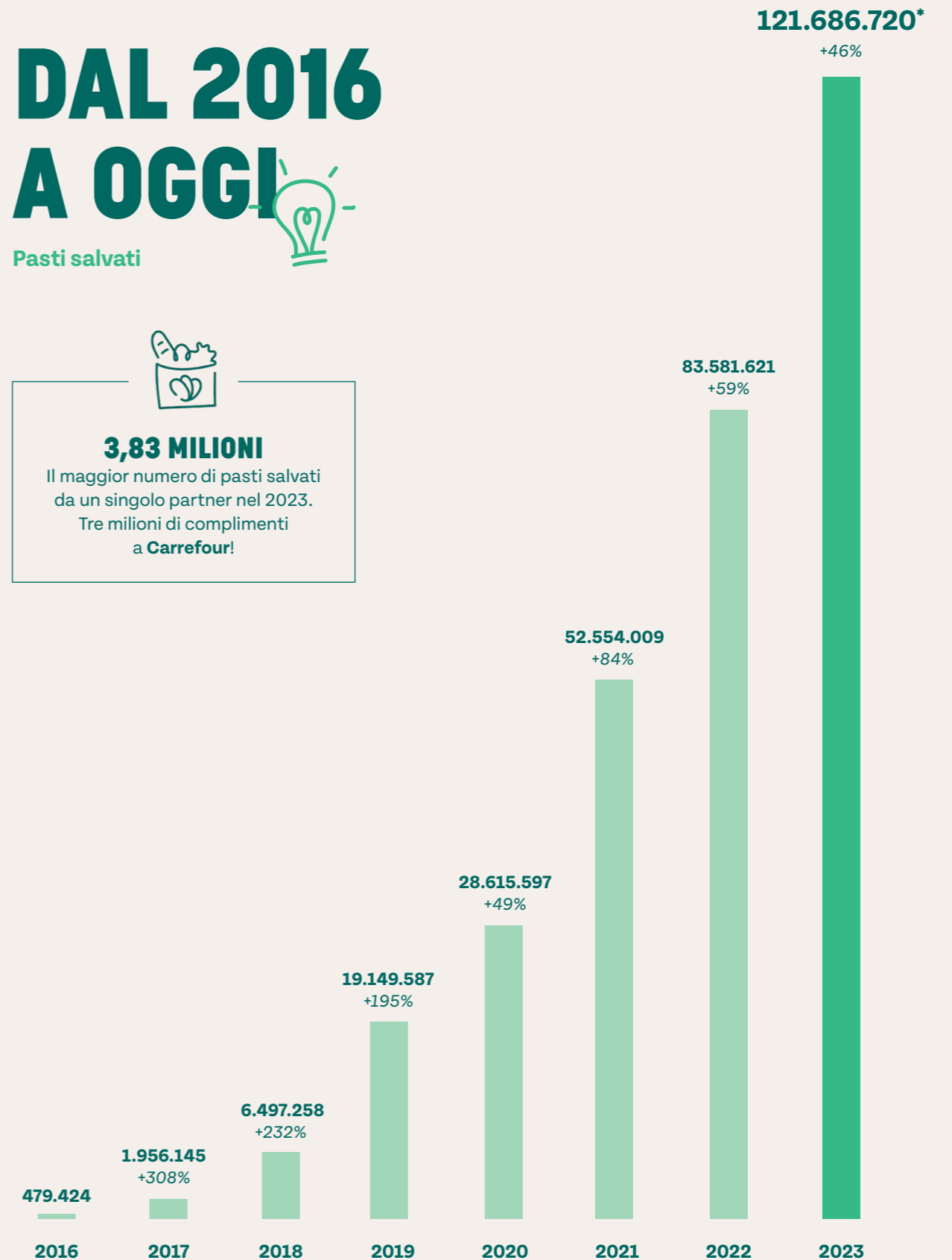
DAL 2016 A OGGI

Pasti salvati



3,83 MILIONI

Il maggior numero di pasti salvati da un singolo partner nel 2023. Tre milioni di complimenti a **Carrefour!**



* 1 kg di cibo = 1 pasto · 1 Surprise Bag = 1 pasto · 1 Box Dispensa = 5,8 pasti · 1 Prodotto = 0,35 pasti

LA NOSTRA COMMUNITY

Grandi catene
Negozii indipendenti
Partner Box Dispensa



GRANDI catene

Per l'app Too Good To Go abbiamo tre tipologie di partner: le grandi catene, i negozi indipendenti e i partner Box Dispensa. Vediamoli uno per volta, cominciando con i primi.

Lavoriamo con quasi **85.000** negozi connessi ai nostri partner delle grandi catene.

Ma che cosa sono esattamente le grandi catene? In parole semplici, sono quei brand che contano centinaia di punti vendita.

In termini più tecnici, sono centri di distribuzione e consumo di dimensioni macro che applicano vantaggiose economie di scala.

La partnership con questi brand ci consente di aumentare il nostro impatto positivo: insieme alle grandi catene, nel corso del 2023 abbiamo salvato dallo spreco ben **58.298.598** pasti.

Ma sentiamo direttamente ben i nostri partner.



metro

“**Too Good To Go** si è dimostrato uno strumento decisivo nel nostro piano di riduzione dello spreco alimentare del 50% nei supermercati METRO. L'app si integra perfettamente con la nostra iniziativa, fornendo una soluzione efficace che non solo è in linea con i nostri obiettivi ecologici, ma conferisce anche un valore aggiunto alla nostra azienda e comunità. La sua interfaccia intuitiva consente un approccio semplificato alla riduzione dello spreco, contribuendo sia al nostro fatturato che alla nostra missione. **Too Good To Go** non è una semplice app: è una partnership strategica che rafforza il nostro impegno verso la creazione di un impatto positivo.”

Mylène Champagne

Direttore rischi tecnici e ambientali, METRO inc.



MODULO IMPLEMENTATO

Consumer Marketplace



PARTNER DAL

2022



MERCATI ATTIVI

Canada



PASTI SALVATI NEL 2023

227.562

L'equivalente delle emissioni di CO2e annuali totali di **47 cittadini canadesi!**



“La nostra partnership con **Too Good To Go** ci sta aiutando ad affrontare l’importantissimo problema dello spreco alimentare, consentendo agli acquirenti di accedere ai nostri prodotti a prezzi ancora più vantaggiosi. Non vediamo l’ora di osservare risultati ancora più sorprendenti con il rafforzamento della nostra collaborazione.”

Liz Fox
National Corporate
Responsibility Director, ALDI



MODULO IMPLEMENTATO
Consumer Marketplace



PARTNER DAL
2020



MERCATI ATTIVI

Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Portogallo, Spagna, Svizzera, Regno Unito



PASTI SALVATI NEL 2023

2.118.358

Questa cifra enorme è l’equivalente delle emissioni annuali di CO2e di **880 cittadini svedesi!**

Pasti salvati finora: 5 milioni



MODULO IMPLEMENTATO
Consumer Marketplace



PARTNER DAL
2022



MERCATI ATTIVI
Regno Unito e altri mercati



PASTI SALVATI NEL 2023

367.297

È l’equivalente delle emissioni di CO2e di **748 passeggeri in volo da Londra a New York!**



“La partnership internazionale di SPAR con **Too Good To Go** è cominciata nel dicembre 2020 e si è evoluta costantemente, estendendosi a 14 mercati europei.

Questa partnership sottolinea il nostro approccio pluridimensionale alla riduzione dello spreco lungo la supply chain e il nostro impegno verso i clienti a offrire soluzioni digitali innovative per aiutarli ad acquistare in modo sostenibile. Vogliamo ringraziare i nostri rivenditori e clienti per utilizzare questa piattaforma, che fa la differenza nel ridurre l’impatto della produzione alimentare sull’ambiente.”

Tobias Wasmuht
CEO, SPAR International





7-ELEVEN

“È una nostra responsabilità collettiva garantire che il cibo non finisca sprecato. Lavorando insieme a **Too Good To Go**, non solo riduciamo lo spreco alimentare, ma forniamo ai nostri clienti un’opzione più conveniente e sostenibile, facendo al contempo la nostra parte per l’ambiente. È una vittoria per tutti i soggetti coinvolti e siamo orgogliosi di far parte di questo movimento verso un futuro più sostenibile.”

Marc Goodman
Vice President e General Manager,
7-Eleven Canada



MODULO IMPLEMENTATO
Consumer Marketplace



PARTNER DAL
2022



MERCATI ATTIVI
Stati Uniti



PASTI SALVATI NEL 2023

63.429

L’equivalente delle emissioni di CO₂e di **30 passeggeri in volo intorno al mondo!**

Francoforte > New York > San Francisco > Tokyo > Dubai > Francoforte



MODULO IMPLEMENTATO
Consumer Marketplace



PARTNER DAL
2023



MERCATI ATTIVI
Canada e altri mercati



PASTI SALVATI NEL 2023

130.909

L’equivalente delle emissioni totali annue di CO₂e di **27 cittadini canadesi!**

Peet's
COFFEE

“Ideando una procedura così intuitiva, **Too Good To Go** ha reso più semplice la riduzione dello spreco alimentare per i nostri bar. **Too Good To Go** ci ha aiutato a migliorare.”

Nannette Richardson
Responsabile retail e marketing CPG



negozi INDIPENDENTI

I negozi indipendenti sono il cuore della nostra attività. Si tratta dei punti vendita locali incentrati sulla comunità, sulla sostenibilità e sul buon cibo.

Nel 2023, i nostri **119.206** negozi partner indipendenti ci hanno aiutato a salvare **43.391.162** pasti.

Prendiamoci un momento per fare loro un applauso.

demasié.

“**Too Good To Go** ci ha aiutato a gestire in modo più efficiente il ridimensionamento generato nelle varie sedi. Oltre ad aver acquisito nuovi clienti, siamo entusiasti dell'impatto sociale della lotta allo spreco alimentare e siamo fieri di prendervi parte.”

Marc Escursell
Cofondatore di Demasié



CITTÀ ATTIVE
Barcelona



PARTNER DAL
2021

PASTI SALVATI NEL 2023

7.495

L'equivalente delle emissioni di CO₂e di **71 giorni di docce calde!**

I nostri partner Box Dispensa creano, producono o distribuiscono gran parte dei prodotti alimentari che conosci e che ami ma, a differenza degli altri partner, raramente hanno a che fare direttamente con gli utenti finali, perchè interagiscono con i negozi e i rivenditori.

Considerando che il 21% dello spreco alimentare in Europa avviene durante la fase in cui è coinvolta l'industria alimentare (Eurostat, 2023), sappiamo che lavorando insieme possiamo limitare le perdite di cibo già all'inizio della filiera alimentare.

partner box DISPENSA

Per questo motivo abbiamo creato le **Box Dispensa**, delle grandi box contenenti prodotti che arrivano direttamente dai produttori.

Grazie a questa collaborazione, abbiamo consegnato **circa 700.000 Box Dispensa** solo nel 2023. Considerato che una Box Dispensa pesa in media 5,8 volte più di una Surprise Bag standard, ciò equivale a **quasi 4 milioni di pasti salvati**. In questo modo abbiamo evitato di generare 10.755 tonnellate di emissioni di CO₂e, che per essere assorbite necessiterebbero di 268.870 abeti!



“In Good Food Group riconosciamo l'importanza di un consumo responsabile e siamo consapevoli che le risorse del nostro pianeta sono limitate. Garantire un consumo sostenibile degli alimenti che produciamo è una parte importante della nostra responsabilità. Di conseguenza, la nostra dedizione nel ridurre gli sprechi alimentari non è solo un impegno, ma una missione che si allinea alla nostra politica ESG. Insieme al nostro prezioso partner, **Too Good To Go**, stiamo lavorando attivamente per un futuro in cui si possa prosperare producendo in modo ecologico e dando ai consumatori la possibilità di fare scelte sostenibili. Ecco perché è un momento di orgoglio per noi essere inclusi nell'Impact Report 2023, in quanto dimostra i nostri sforzi collettivi per costruire un mondo più responsabile e sostenibile, in collaborazione con **Too Good To Go**.”

Mads Tornvig Andersen
Direttore Vendite



MERCATO ATTIVO

Danimarca



PARTNER DAL

2022

PASTI SALVATI NEL 2023

28.582

L'equivalente delle emissioni di CO₂e di **270 giorni di docce calde!**

LE NOSTRE INIZIATIVE

L'iniziativa "Osserva-Annusa-Assaggia"
per le date di scadenza

La nuova generazione

Un po' di politica

Una giornata per la sensibilizzazione





FIDATI DEI TUOI SENSI, SALVA IL PIANETA

L'iniziativa "Osserva-Annusa-Assaggia"
per le date di scadenza

All'interno dell'Unione Europea, lo spreco alimentare totale del 2021 ammontava a quasi 59 milioni di tonnellate di cibo (all'incirca il peso della Grande Muraglia Cinese), di cui ben il 54% generato in ambito domestico (Eurostat, 2023). In Canada, il 58% circa del cibo prodotto viene buttato ogni anno ed è interessante come il 21% di questo spreco evitabile avvenga (di nuovo) in ambito domestico (GooSh, 2019).

Una delle cause principali dello spreco alimentare all'interno delle nostre case è il fraintendimento delle date di scadenza; in particolare, la confusione generata dalle due diciture più comuni ("Consumare entro" e "Da consumarsi preferibilmente entro") è all'origine del 10% circa dello spreco alimentare domestico (Commissione europea, 2018).

Nel 2019 abbiamo creato l'etichetta "Osserva-Annusa-Assaggia" per incoraggiare i consumatori a fidarsi dei propri sensi prima di gettare via prodotti con la diciture "Da consumarsi preferibilmente entro" e valutare se siano ancora buoni in base al loro aspetto, odore e sapore.

Ad oggi, l'Etichetta Consapevole di Too Good To Go "Osserva-Annusa-Assaggia" è presente sulle confezioni dei prodotti di oltre 500 brand grazie ai quali stiamo generando un impatto positivo sullo spreco alimentare domestico in tutto il mondo.



Ecco i tre fattori da prendere in considerazione prima di gettare via i prodotti con la diciture "Da consumarsi preferibilmente entro".

OSSERVA

Osserva bene il prodotto. Controlla che non ci siano tracce di muffa o macchie.

ANNUSA

Annusa il prodotto. Assicurati che l'odore non sia troppo forte o diverso dal solito.

ASSAGGIA

Fai un assaggio. Ha un gusto aspro, stantio o "strano"?


Se i tuoi sensi ti danno il via libera, buon appetito!

"L'etichetta "Osserva-Annusa-Assaggia" incoraggia i consumatori a controllare i prodotti con l'indicazione "Da consumarsi preferibilmente entro" fidandosi dei propri sensi, in modo che il cibo duri più a lungo e si possa limitare lo spreco alimentare domestico."

Alpro UK



LE CIFRE

13  Numero di Paesi dove si può trovare la nostra etichetta

537 Numero di brand che utilizzano la nostra etichetta

5.420  Numero di linee di prodotti che contengono la nostra etichetta

6 MILIARDI+  Stima annuale delle confezioni con la nostra etichetta

Nel 2024 continueremo a promuovere la campagna "Osserva-Annusa-Assaggia" attraverso costanti comunicazioni e collaborazioni. Non solo estenderemo l'utilizzo delle etichette a nuovi Paesi (ad esempio il Canada), ma proseguiamo anche le ricerche sulla loro efficacia. A questo scopo, stiamo collaborando con l'Università di Wageningen, la multinazionale di beni di consumo Unilever e la fondazione Food Waste Free United per misurare ulteriormente gli effetti dell'etichetta sul comportamento dei consumatori in ambito domestico.



Sei un'azienda alimentare e ti interessa inserire l'etichetta "Osserva-Annusa-Assaggia" sui tuoi prodotti? Contattaci a questo indirizzo email: look-smell-taste@toogoodtogo.com



24% Persone che dicono di aver visto l'etichetta

62% Persone ispirate a essere più attente allo spreco alimentare

66% Persone che usano di più i propri sensi prima di gettare via un prodotto

(Epinion, 2022; Kantar Insights, 2023)



LA **nuova** GENERAZIONE

Creare un futuro positivo è possibile soltanto con l'aiuto delle nuove generazioni. Per questo motivo stiamo collaborando con scuole e università per inserire la protezione del pianeta nei programmi educativi.



Il nostro programma per scuola elementare **Mon École Anti Gaspi**, focalizzato sul rispetto delle risorse del pianeta, sta avendo un grande successo in Francia: oltre il 20% delle scuole ha scaricato i materiali educativi del programma nel 2023. Ciò significa che più di 7.000 scuole insegnano ai bambini le conseguenze dello spreco alimentare.

Attualmente stiamo lavorando per estendere i materiali educativi a tutti i Paesi aderenti a **Too Good To Go** nel 2024.

COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

Un altro dei nostri obiettivi è ispirare i leader di domani. A questo scopo stiamo lavorando con i professori della Copenhagen Business School (CBS) per creare insieme un business case basato sul modello di **Too Good To Go**.

Lo studio, intitolato "Colmare il divario tra obiettivi di sostenibilità e obiettivi aziendali nel commercio internazionale", verrà utilizzato per motivare gli studenti di tutto il mondo a prendere le decisioni giuste quando si tratta di trovare un equilibrio tra opportunità commerciali e politiche di sostenibilità.

UN PO' DI politica

Uno dei modi più efficaci per contrastare lo spreco alimentare è l'azione legislativa, ossia convincere chi redige e applica le norme che è necessario intervenire in questo ambito.

Nel 2023 abbiamo condiviso le nostre conoscenze e il nostro entusiasmo con i funzionari governativi di tutto il mondo: incoraggiando e sostenendo i responsabili politici, intendiamo aiutare i governi a rendere i sistemi alimentari più sostenibili.

A ogni livello di governo, in tutto il mondo, facciamo il possibile per far sentire la nostra voce sulle opportunità tangibili di generare un cambiamento positivo.

IMPEGNARSI

verso obiettivi ambiziosi (e legalmente vincolanti) per la riduzione dello spreco

RICHIEDERE

alle imprese alimentari dei report pubblici sui propri livelli di spreco alimentare

CONCENTRARSI

sulla prevenzione, per bloccare lo spreco alimentare direttamente alla fonte

CHIARIRE

le date di scadenza per evitarne l'uso improprio e il fraintendimento

ELIMINARE

dalla supply chain le pratiche che causano sprechi

UE

Ci rivolgiamo regolarmente al Parlamento europeo per richiedere degli obiettivi legalmente vincolanti per la riduzione dello spreco alimentare e contribuire alla Piattaforma UE sulle perdite e lo spreco alimentare.

GERMANIA

Ci è stato chiesto di partecipare a un dibattito di esperti in Parlamento per condividere le nostre raccomandazioni sulla riduzione dello spreco alimentare con i responsabili politici tedeschi.

REGNO UNITO

Le nostre pressioni e il nostro impegno nei confronti dei membri del Parlamento hanno contribuito a rilanciare la proposta del governo sulla rendicontazione obbligatoria dello spreco alimentare.

STATI UNITI

Abbiamo presentato al Congresso il "No Time To Waste Act" come parte della "Zero Food Waste Coalition", che si impegna a ridurre lo spreco alimentare del 50% entro il 2030.

PAESI BASSI

Abbiamo contribuito alla "Acceleration Agenda for Reducing Food Waste 2022-2025", un importantissimo report inviato al Ministero dell'agricoltura e della qualità degli alimenti.

SPAGNA

Durante le elezioni generali del 2023, abbiamo condotto con successo una campagna mirata a ottenere un impegno irrevocabile da parte del governo per la creazione di leggi contro lo spreco alimentare.

AUSTRIA

A seguito della nostra richiesta di trasparenza sui dati relativi allo spreco alimentare, il governo ha introdotto l'obbligo di rendicontazione per rivenditori e grossisti. Inoltre, la nostra collaborazione con il Ministero per la tutela del clima ha portato all'introduzione dello spreco alimentare come argomento curricolare nelle scuole.

FRANCIA

In occasione della Giornata Internazionale della consapevolezza sulle perdite e gli sprechi alimentari, abbiamo ospitato il Ministro dei consumatori presso la nostra sede di Parigi. Il Ministro ha appoggiato pubblicamente **Too Good To Go** come soluzione valida per ridurre lo spreco alimentare e rendere accessibile a tutti cibo di qualità.





Salvare il cibo é

IL PRIMO **passo** VERSO UN PIANETA PIÙ **verde** E PIÙ **pulito**



UNA GIORNATA PER LA SENSIBILIZZAZIONE



Il 29 settembre di ogni anno, i maggiori esperti mondiali di sostenibilità alimentare si riuniscono per la Giornata Internazionale della consapevolezza sulle perdite e gli sprechi alimentari (#FLWDay).

Istituito dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO) e dal Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP), il FLWDay promuove l'Obiettivo di sviluppo sostenibile 12.3 delle Nazioni Unite: **dimezzare lo spreco alimentare a livello globale entro il 2030**.

Per il FLWDay 2023, abbiamo voluto mettere in primo piano le persone che hanno fatto la differenza, realizzando una campagna video per celebrare alcuni dei loro incredibili risultati. Il video è stato ampiamente condiviso sui nostri canali e su quelli dei nostri partner, insieme al seguente messaggio:

Ogni piccolo gesto conta, ogni giorno; i piccoli passi portano lontano. Sapevi che per ogni Surprise Bag salvata dalla nostra fantastica community di utenti e partner si evitano 2,7 kg di emissioni di CO2e? Potrà non sembrare molto, ma prova a moltiplicarlo per le 3 Surprise Bag che vengono salvate ogni secondo! 📈👏

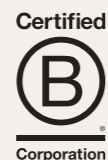
A tutti coloro che salvano il cibo dallo spreco, grazie del vostro contributo per un pianeta più verde e pulito. 🌍💚

Grazie a centinaia di menzioni da parte dei media, il nostro messaggio è stato diffuso in lungo e in largo, contribuendo a generare una copertura positiva sul tema dello spreco alimentare. Torneremo l'anno prossimo per proseguire su questa linea. Ci vediamo a settembre!

LA NOSTRA AZIENDA

- B Corp
- Impronta di carbonio
- Valori e comportamenti
- Diversity, equity and inclusion
- Gruppi di risorse per i dipendenti
- Shareback





B CORP

Una "B Corp" è un'azienda che bilancia il profitto con una missione, rispettando elevati standard di responsabilità sociale e ambientale.

All'inizio del 2023 abbiamo ottenuto nuovamente la nostra certificazione: non possiamo ancora svelare il punteggio finale, ma tieni gli occhi aperti a marzo durante il "B Corp Month", una celebrazione annuale di tutto ciò che riguarda le B Corp.

Non vediamo l'ora di condividere i dettagli del nostro nuovo punteggio, anche se essere una B Corp è molto più di un numero: significa appartenere a una community di aziende motivate e stimolanti, impegnate ad agire nel modo giusto. Siamo estremamente orgogliosi di fare parte di questo importantissimo network.

IL NOSTRO VIAGGIO COME B CORP FINO AD ORA

2019 

Too Good To Go ottiene la prima certificazione B Corp con un punteggio di **81,8**.

 **2021**

Abbiamo migliorato il congedo parentale e le ferie, abbiamo lanciato il nostro **programma di volontariato "Shareback"** per i dipendenti e abbiamo aumentato il numero di negozi supportati a 134.999, dimostrando il nostro impegno nel dare alle altre aziende gli strumenti per aiutare l'ambiente: un pilastro fondamentale della nostra strategia B Corp.

2022 

Abbiamo introdotto il nostro Codice etico e i **Gruppi di risorse per i dipendenti**, ci siamo impegnati a pagare il **salario di sussistenza** e abbiamo effettuato una verifica del **divario di retribuzione tra i generi**.

 **2023**

Abbiamo iniziato a lavorare con l'azienda **Plan A** per la **riduzione del carbonio**, lanciato un **mercato azionario per i dipendenti** e, di conseguenza, siamo in attesa del nostro nuovo punteggio di ricertificazione.

Ci stiamo già preparando per la prossima revisione fra tre anni, perché essere una B Corp significa impegnarsi costantemente per migliorare. Abbiamo già fatto tanta strada, ma non abbiamo intenzione fermarci qui!

LA NOSTRA IMPRONTA di carbonio

Nel 2023 abbiamo preso una decisione: abbandonare la compensazione di carbonio a breve termine e concentrarci sul quadro più ampio della riduzione di carbonio.



Abbiamo collaborato con Plan A, un'altra azienda B Corp (persone davvero fantastiche), per monitorare la nostra impronta di carbonio e capire come ridurla drasticamente. Innanzitutto ha ricalcolato le nostre emissioni del periodo 2020-2022 per offrirci un quadro più chiaro del nostro impatto.

2020: 4.875,7 tonnellate di CO2e

2021: 11.335,1 tonnellate di CO2e

2022: 6.664,6 tonnellate di CO2e

Si è poi concentrata sul 2023, suddividendo la nostra impronta di carbonio in tre ambiti distinti:

AMBITO 1 - 105,2 TONNELLATE DI CO2e

Le nostre emissioni dirette. Possono risultare ad esempio dalla gestione dei nostri uffici o dalla consegna delle **Box Dispensa**.

AMBITO 2 - 1.100,3 TONNELLATE DI CO2e

Le nostre emissioni indirette. Pensa per esempio all'elettricità e al riscaldamento che ci servono per far funzionare i PC (e tenere al caldo i dipendenti).

AMBITO 3 - 12.005,4 TONNELLATE DI CO2e

Tutte le emissioni che non rientrano nelle nostre operazioni, ma di cui siamo comunque responsabili: i nuovi prodotti che acquistiamo, il cartone utilizzato per confezionare le **Box Dispensa**... tutto contribuisce!

Abbiamo fatto un calcolo basilare, sommando tutti e tre gli ambiti.

In termini matematici:

**105,2 tonnellate di CO2e + 1.100,3 tonnellate di CO2e
+ 12.005,5 tonnellate di CO2e = 13.211 tonnellate di CO2e**

Continueremo a lavorare per ridurre le nostre emissioni di CO2e, in modo da poter apportare cambiamenti a breve, medio, lungo e infinito termine. Sappiamo che l'ultimo non esiste, ma hai capito cosa intendiamo.

valori E COMPORAMENTI

I nostri valori e comportamenti ufficiali non riflettono solo la nostra identità in quanto azienda, ma anche in quanto persone. Per scoprire di più puoi leggere il nostro Codice etico, ma ecco una rapida sintesi dei nostri cinque valori.



WE BUILD A LEGACY

Siamo **innovatori** ma rimaniamo fedeli noi stessi, consapevoli che non possiamo farcela da soli. Non dimentichiamo mai chi siamo: **amanti del cibo responsabile**.



WE WIN TOGETHER

Crediamo nel **gioco di squadra** e nei **rapporti collaborativi** e ci assumiamo sempre la responsabilità tutti insieme, **rispondendo delle nostre azioni** in modo collettivo.



WE RAISE THE BAR

Valorizziamo il **coraggio**, l'**ambizione** e la **crescita**, facendo sempre il possibile per migliorare.



WE KEEP IT SIMPLE

Cerchiamo di essere **attenti**, **concentrati** e **trasparenti** nella nostra complicata missione di condividere un messaggio molto semplice.



WE CARE

Siamo **rispettosi** verso gli altri, **supportiamo** i nostri partner e utenti, e facciamo in modo di **divertirci** in quello che facciamo, più che possiamo.

DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE

Diversità, equità e inclusione (DE&I) sono al centro di tutto ciò che facciamo.

All'inizio del 2023, ci siamo posti alcuni obiettivi ambiziosi da raggiungere entro il 2026.

ENTRO IL 2026 CI IMPEGNIAMO A:

Avere almeno il 40% dei membri del consiglio di amministrazione provenienti da **ambienti sottorappresentati**.

Aumentare la percentuale di **dirigenti donne** di almeno il 50%.

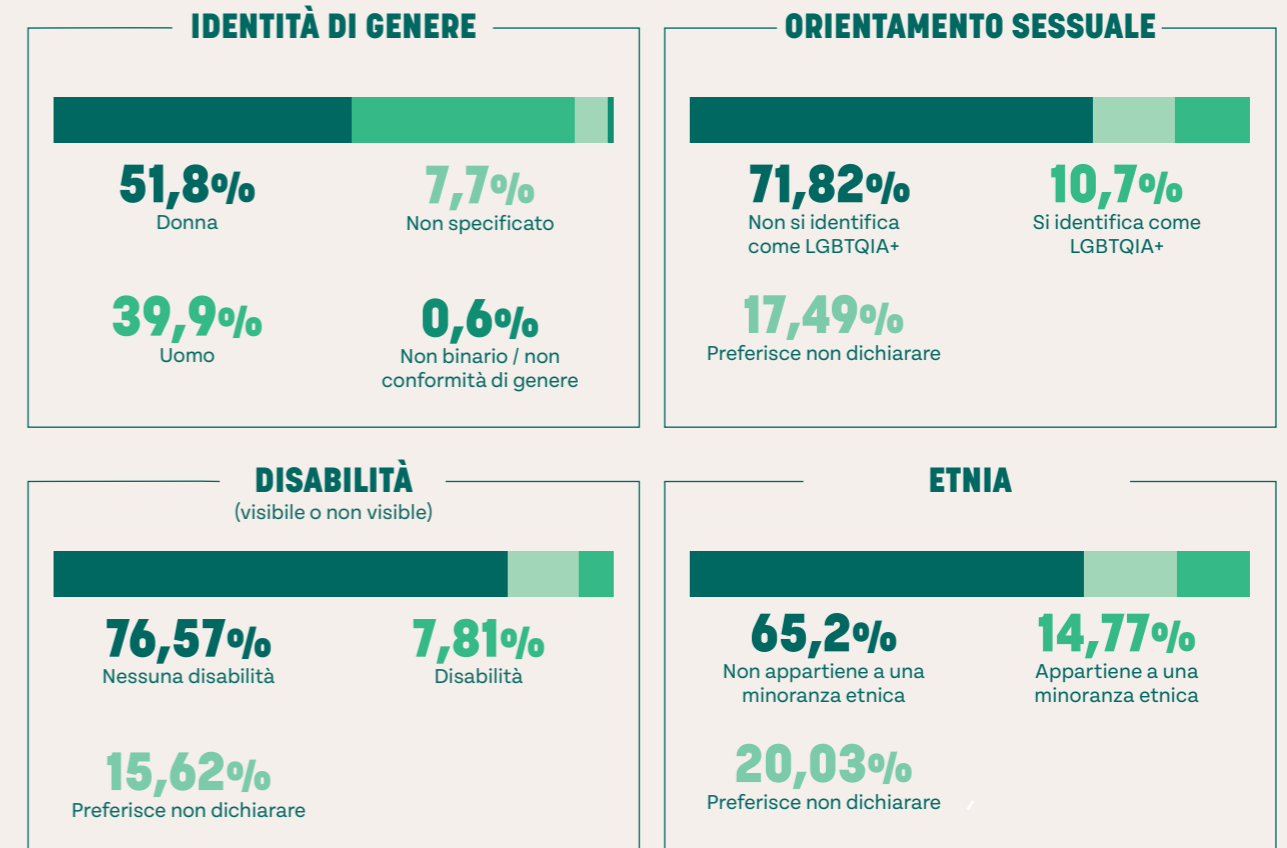
Aumentare la percentuale di **dirigenti appartenenti a etnie diverse** di almeno il 10%.

Aumentare la percentuale di **dipendenti appartenenti a etnie diverse** di almeno il 15%.

Aumentare la percentuale di **dipendenti non laureati** di almeno il 15%.

COME SI IDENTIFICA IL NOSTRO TEAM

(risultati dell'ultimo sondaggio annuale)



ABBIAMO IN PROGRAMMA DI...

Raccogliere informazioni sulla diversità delle nostre assunzioni.

Introdurre misure per migliorarla.

Aiutare i nostri leader a promuovere e garantire l'inclusività per tutti.

PUNTEGGIO DI INCLUSIONE

Ogni anno chiediamo a tutti i membri del nostro team di darci un "punteggio di inclusione" per valutare **Too Good To Go** nell'ambito DE&I. In base alle loro risposte, il punteggio del nostro ultimo sondaggio annuale è del 78%.

Ci impegniamo a continuare a lavorare per ottenere il 100% e a mantenere quello standard una volta raggiunto. Dopotutto, migliorare nell'ambito DE&I non è solo un obiettivo, ma anche una necessità.

GRUPPI DI RISORSE PER I dipendenti



Nel 2022 abbiamo lanciato quattro gruppi di risorse per i dipendenti (ERG), che sono cresciuti nel corso del 2023.

Chi meglio dei membri stessi può parlare di questi gruppi?

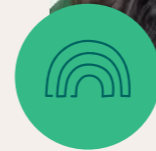
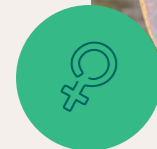
A voi la parola!



WOMEN IN THE WORKPLACE

“Siamo un gruppo inclusivo e sicuro che aiuta le donne a raggiungere i propri obiettivi professionali, qualsiasi essi siano! Quest'anno ci siamo concentrate sul problema della sindrome dell'impostore, sull'equilibrio tra lavoro e vita privata, e sulla celebrazione della Giornata internazionale della donna.”

Bronwyn Johnson
Global Account Manager



P.R.I.D.E.

“P.R.I.D.E è dedicato al supporto e alla celebrazione degli impiegati che si identificano come parte della comunità LGBTQIA+. Nel 2023 abbiamo organizzato delle attività a livello globale per il mese del Pride, creato le linee guida "Brave Space" e organizzato una conferenza per la Giornata internazionale della visibilità transgender.”

Monica Viera
Responsabile delle vendite, Partner indipendenti



GLOBAL MAJORITY VOICES

“La nostra missione è creare uno spazio sicuro e una cultura inclusiva per le persone di colore, in cui si possa contribuire alla sensibilizzazione e alla presa di responsabilità e promuovere un cambiamento positivo. Abbiamo avuto un anno intenso, segnato da un momento molto bello, quando l'ex CEO di LEGO ci ha parlato di come l'azienda ha costruito la propria cultura inclusiva.”

Danish Ahmad
Senior Digital Acquisition Manager



FUNCTIONALLY DIVERSE

“Ci occupiamo delle esigenze e delle esperienze uniche dei nostri membri e aiutiamo le persone a capire meglio la disabilità e la salute mentale. Abbiamo lanciato diverse iniziative, come il gruppo di discussione "Sharing is Caring" e cerchiamo di sfidare continuamente gli stereotipi e le false credenze.”

Rocío Abella
Global Trade Marketing Manager



SHAREBACK

Attraverso la nostra iniziativa Shareback, gli impiegati di **Too Good To Go** fanno volontariato per aiutare le persone che vivono in condizioni di insicurezza alimentare.

Non solo *tutti* i membri del nostro team hanno a disposizione un giorno all'anno per partecipare al volontariato aziendale, ma anche tre ulteriori giorni lavorativi per il volontariato da effettuare nel tempo libero.

Nel 2023 hanno partecipato a Shareback ben 417 impiegati, per un totale di **2.800** ore di volontariato.

Siamo veramente orgogliosi della generosità dei nostri team e della dedizione mostrata dalle organizzazioni con cui hanno svolto attività di volontariato. Diamo un'occhiata ad alcuni dei fantastici progetti supportati dai nostri team nel corso del 2023.

Grazie di cuore a tutti i nostri fantastici volontari!



In **Canada (CA)**, i dipendenti hanno svolto attività di volontariato per The Daily Bread Food Bank, Moisson Montréal, Food Stash Foundation e FoodShare. Hanno raccolto ravanelli e bietole, scavato centinaia di buche per piantare l'aglio e aiutato a smistare e preparare pacchi di cibo per le persone bisognose.



Il nostro team degli **Stati Uniti (US)** ha sostenuto un gran numero di buone cause, aiutando le organizzazioni Keep Austin Fed, Greater Chicago Food Depository, Hunger Free America, SF-Marin Food Bank e God's Love We Deliver.



In **Germania (DE)** abbiamo collaborato con il banco alimentare Die Tafel, che salva ben 265.000 tonnellate di cibo l'anno, e anche con i supermercati EDEKA, chiedendo ai clienti di acquistare del cibo in più da donare a Die Tafel.



Nel "Team Alps" (**Austria (AT) e Svizzera (CH)**) abbiamo supportato i centri per senzatetto VinziWerke e il banco alimentare Tischlein Deck Dich. Siamo onorati di poter contribuire a ridurre l'insicurezza alimentare in Austria, Svizzera e oltre.



IL NOSTRO FUTURO

Riconoscimenti
Un brillante 2024





RICONOSCIMENTI

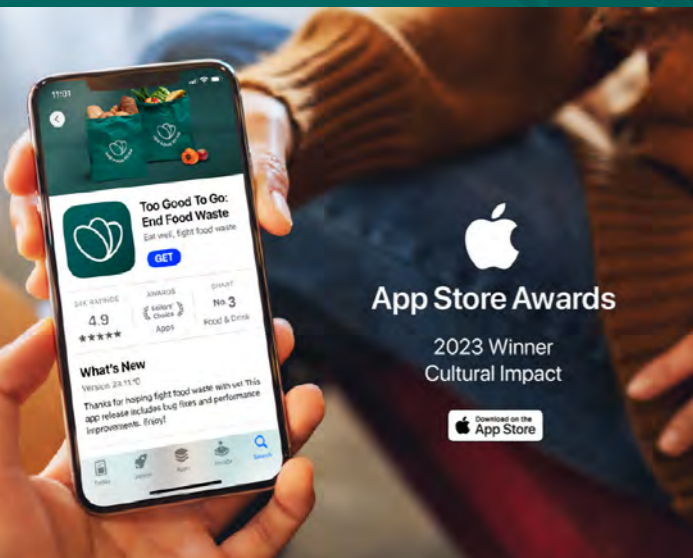
Nel 2023 il nostro team ha aperto la strada a un futuro di successo, vincendo premi prestigiosi e ottenendo un ampio riconoscimento della nostra causa da parte dei media.

Prima di concentrarci sul 2024, ecco una panoramica di alcune di queste vittorie.

AMBITO INTERNAZIONALE

Siamo estremamente onorati dei riconoscimenti ricevuti a livello internazionale. Siamo stati nominati tra le **"Best Managed Companies"** di Deloitte, siamo stati inclusi nella famosa lista **"Change the World"** di Fortune, e abbiamo vinto il prestigioso **"Cultural Impact Award"** agli App Store Awards annuali di Apple.

Niente di tutto ciò sarebbe stato possibile senza la nostra fantastica community, che porta avanti la nostra causa e condivide il nostro messaggio con il resto del mondo.



AMBITO LOCALE

Ovviamente, non possiamo celebrare questi risultati globali senza evidenziare anche i successi locali dei nostri team nei vari Paesi. Eccone alcuni.

Italia

Ai Forum Retail Awards, **Too Good To Go Box Dispensa** è stato eletto vincitore nella categoria "Best Sustainable Project".

Paesi Bassi

Siamo stati nominati per il quinto anno consecutivo "Most Inspiring Company in the Netherlands" nella prestigiosa lista "Inspiring 40" di Synergie.

Polonia

Newsweek Poland ha intervistato la nostra CEO, Mette Lykke, che è persino apparsa in copertina.

Norvegia

Siamo stati onorati di ricevere il "Møllerens Inspirasjonspris" ("Premio per l'ispirazione", per chi non parla il norvegese), che viene assegnato ai migliori ambasciatori in ambito alimentare.

Austria

Siamo stati protagonisti di un servizio trasmesso da ORF TV, visto da oltre un milione di telespettatori.

Germania

Siamo stati selezionati per partecipare all'evento "Restlos Genießen" del WWF, in cui abbiamo istruito (e intrattenuto) gli ospiti con quiz e giochi in materia di spreco alimentare.

Irlanda

Abbiamo contribuito con grande entusiasmo alla realizzazione della serie Food Matters, dell'emittente RTÉ One.

Regno Unito

Siamo stati nominati Tech Champions nella categoria "Business and Professional Services" del Financial Times. La parte migliore? Sono stati i lettori a sceglierci.

UN BRILLANTE 2024

Questo è tutto per il 2023. È stato un vero privilegio generare questo impatto positivo insieme.

Che tu sia un partner, un utente o un membro del nostro fantastico team, grazie per aver dato valore a ogni pasto.

Sappiamo tutti che il problema dello spreco alimentare non si risolverà nel breve termine. Con l'aiuto della community, **Too Good To Go** salva attualmente 4 pasti al secondo, di contro ai 40.000 che vengono sprecati. Questo però non deve demoralizzarci, ma motivarci a fare ancora meglio.

Quindi, quali sono i nostri piani per il 2024? Beh, al nostro team non piace stare con le mani in mano...

Nel 2024 puntiamo a salvare ancora più cibo dallo spreco aumentando la portata delle nostre tre soluzioni principali: **Surprise Bag, Box Dispensa e Too Good To Go Platform**. Intervendo più in profondità nella supply chain, possiamo aiutare i nostri partner ad avvicinarsi all'obiettivo zero spreco.

Abbiamo in programma di estendere la nostra attività ad ancora più città, Paesi e continenti: stiamo arrivando, mondo!

Siamo pronti per un altro anno di progressi e conquiste, e non vediamo l'ora di scoprire quale impatto avremo tutti insieme.



METTE LYKKE
Chief Executive Officer



MARTIN KVIST
Chief Financial Officer



KASPER HEINE
General Counsel



SIMON LEESLEY
Chief Operations Officer



KATRINE HUSUM JENSEN
Chief People and Culture Officer



MATEO RANDO
Chief Product Officer



JOOST RIETVELD
VP of Expansion



IVO VAN DEN BRAND
Chief Marketing Officer



MORTEN KELDEBÆK
Chief Technology Officer



JULIE JOHANSEN
Chief Commercial Officer



fonti

EPINION, 2022

Su richiesta di Too Good To Go. Impatto iniziativa per le date di scadenza. Report pretest Tutti i Mercati n=28.434 in 12 Paesi UE

COMMISSIONE EUROPEA, 2018

Commissione europea (2018). Market Study on Date Marketing and Other information fornito nel Food Labels and Food Waste Prevention Final Report

EUROSTAT, 2023

Eurostat (2023). Food waste and food waste prevention – estimates. Consultato a settembre 2023 su https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_Waste_and_food_waste_prevention_-_estimates#Amounts_of_food_waste_at_EU_level

FAO, 2013

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (2013). Food wastage footprint Impacts on natural resources. Summary report. Roma, FAO. <https://www.fao.org/3/i3347e/i3347e.pdf>

FAO, 2014

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (2014). Food wastage footprint – Full-cost accounting, Final report. Roma, FAO. <https://www.fao.org/3/i3991e/i3991e.pdf>

Gooch, 2019

Gooch M. et al. (2019). The Avoidable Crisis of Food Waste: Technical Report; Value Chain Management International and Second Harvest; Ontario, Canada. <https://www.secondharvest.ca/getmedia/58c2527f-928a-4b6f-843a-c0a6b4d09692/The-Avoidable-Crisis-of-Food-Waste-Technical-Report.pdf>

KANTAR INSIGHTS, 2023

Su richiesta di Too Good To Go. Global Brand Tracker Too Good To Go. n=13.611 in 17 Paesi (266409827)

UNEP, 2021

Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (2021). Food Waste Index Report 2021. Nairobi, UNEP. <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>

WWF, 2021

World Wildlife Fund - Regno Unito e Tesco (2021). Driven to Waste: the global impact of food loss and waste on farms. Woking, WWF-UK. https://files.worldwildlife.org/wwfcm-sprod/files/Publication/file/6yoepbekgh_wwf_uk_driven_to_waste__the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf?_ga=2.237292164.568304246.1682929097-733660898.1682929096

Grazie per il tuo contributo alla nostra missione:

Ispirare e sensibilizzare tutti per
combattere lo spreco alimentare insieme.

