



CAMST GROUP, AGRIBOLOGNA E CONOR LANCIANO “SCELTI PERCHÉ BUONI”

Al via il progetto che valorizza gli ortaggi esteticamente imperfetti e previene lo spreco alimentare lungo la filiera

Bologna, 24 giugno 2026 – Dare valore a prodotti ortofrutticoli buoni, sicuri e nutrienti che rischiano di essere esclusi dal mercato per motivi puramente estetici. Con questo obiettivo nasce **“Scelti perché buoni”**, il nuovo progetto promosso da **Camst group, Agribologna e Conor**, società del Gruppo Agribologna, che unisce produzione agricola, distribuzione e ristorazione in un modello concreto di filiera sostenibile orientato alla prevenzione dello spreco alimentare.

L’iniziativa è stata presentata stamattina a Bologna nei locali dello storico Bass’otto, il primo self service aperto in Italia, alla presenza di Andrea Segrè, direttore scientifico dell’Osservatorio internazionale Waste Watcher-Campagna Spreco Zero di Last Minute Market, Franco Linguerrì, presidente di Agribologna, e Mattia Grillini, vicepresidente di Camst group.

Scelti perché buoni prevede l’acquisto e la valorizzazione di ortaggi di stagione visivamente imperfetti – in particolare melanzane, zucchine, cetrioli e carote – che verranno utilizzati nei menu di una prima selezione di sei ristoranti di Camst group a Bologna e provincia: a partire dal 1° luglio saranno coinvolti i locali Tavolamica Villanova, Corticella, Centergross, Zola Predosa, Minerbio e Casalecchio.

Nei primi sei mesi di sperimentazione, il progetto punta a valorizzare circa 16 tonnellate di ortaggi, trasformando un potenziale fattore di esclusione commerciale in un’opportunità per la filiera agricola locale.

L’impatto ambientale

Sedici tonnellate di ortaggi recuperati possono generare un impatto pari a 28,3 tonnellate di CO₂: una quantità equivalente alle emissioni prodotte percorrendo circa 236.000 chilometri in auto, quasi sei volte il giro completo della Terra. L’occupazione di suolo associata è pari a 1.892 metri quadrati, circa 7 campi da tennis regolamentari. Il consumo idrico raggiunge 368.163 litri d’acqua, equivalenti a oltre 6.100 docce da cinque minuti (dati elaborati dall’Osservatorio internazionale Waste Watcher-Campagna Spreco Zero di Last Minute Market).

Sono numeri che confermano l’importanza del contrasto allo spreco, ogni alimento che non arriva al consumo porta con sé un costo ambientale già sostenuto.

La campagna di sensibilizzazione

Ad accompagnare il progetto sarà la campagna di comunicazione **Scelti perché buoni**, pensata per sensibilizzare i consumatori sul valore delle scelte consapevoli e sul ruolo che ciascuno può svolgere nella prevenzione dello spreco alimentare. Attraverso i canali digitali e le affissioni nei locali Tavolamica, si inviterà a superare i pregiudizi legati all’aspetto dei prodotti e a riconoscere il valore delle risorse impiegate per produrli.

Un fenomeno che riguarda tutta la filiera

Lo spreco alimentare rappresenta una delle principali sfide ambientali, economiche e sociali a livello globale. Secondo le stime di **FAO** e **UNEP**, lungo la filiera agroalimentare mondiale viene perso o sprecato circa il **30% del cibo prodotto**: il **13,2%** va perso tra raccolta e distribuzione prima della vendita, mentre un ulteriore **19%** viene sprecato nella distribuzione, nella ristorazione e nelle abitazioni. La stessa FAO stima che perdite e sprechi alimentari siano responsabili di circa l'**8-10% delle emissioni globali di gas serra**. In Italia, l'Osservatorio internazionale Waste Watcher ha stimato che le perdite nel settore agricolo ammontano a **2,09 milioni di tonnellate annue** nel 2025, equivalenti al **40,9% del totale** dello spreco lungo tutta la filiera.

In questo contesto, una quota significativa della produzione ortofrutticola fatica a trovare sbocco commerciale per non conformità di tipo esclusivamente estetico.

Attraverso il progetto, Camst group acquista da Agribologna prodotti ortofrutticoli imperfetti, garantendo continuità economica alle aziende agricole e contribuendo a ridurre lo spreco di risorse già impiegate nei processi produttivi. Agribologna e Conor assicurano l'approvvigionamento dei prodotti e valorizzano il lavoro dei soci, evitando che produzioni pienamente commestibili e di qualità vengano svalutate o escluse dal mercato.

L'iniziativa rappresenta infatti un esempio concreto di collaborazione tra attori della filiera agroalimentare del mondo cooperativo, con benefici ambientali, economici e sociali: prevenzione degli sprechi, maggiore valorizzazione del lavoro agricolo e promozione di comportamenti di acquisto più responsabili.

*«Scelti perché buoni è un progetto importante perché interviene prima che lo spreco si formi – commenta **Andrea Segrè**, direttore scientifico dell'Osservatorio internazionale Waste Watcher-Campagna Spreco Zero di Last Minute Market - Siamo portati a pensare allo spreco alimentare solo quando il cibo arriva alla fine del suo percorso: nei magazzini, nei punti vendita, nelle mense, nelle case. Qui, invece, il messaggio è ancora più forte: il valore del cibo va riconosciuto fin dall'origine, nei campi, nel lavoro agricolo, nelle risorse naturali utilizzate per produrlo. Una zucchina curva, una carota irregolare, una melanzana o un cetriolo non perfetti dal punto di vista estetico non valgono meno: hanno lo stesso valore nutrizionale, la stessa sicurezza, lo stesso sapore, la stessa dignità alimentare. Considerarli scarti significa sprecare non solo cibo, ma anche suolo, acqua, energia, lavoro, tempo. Significa confondere la qualità con l'apparenza. Il progetto è un esempio di prevenzione dello spreco lungo la filiera. Valorizzare nei menu dei ristoranti Tavolamica ortaggi di stagione esteticamente imperfetti significa trasformare un potenziale scarto in risorsa, riconoscere il lavoro dei produttori, ridurre l'impatto ambientale e offrire ai consumatori un'occasione di scelta più consapevole. La lotta allo spreco non può limitarsi al recupero, pur fondamentale: deve partire dalla prevenzione. Ed è proprio questa la direzione indicata anche dal Target 12.3 dell'Agenda ONU 2030: dimezzare lo spreco alimentare e ridurre le perdite lungo la filiera».*

*«Il nostro impegno contro lo spreco alimentare negli anni ci ha visto promuovere iniziative di educazione alimentare, collaborazioni con realtà come Last Minute Market e progetti di sensibilizzazione e monitoraggio come Sprecometro nelle scuole. Con 'Scelti perchè buoni' interveniamo ancora più a monte nella filiera, valorizzando prodotti agricoli che rischiano di essere esclusi dal mercato per ragioni puramente visive» spiega **Mattia Grillini**, vicepresidente Camst group. «Per Camst group la lotta allo spreco non significa soltanto recuperare ciò che rischia di essere perso, ma anche prevenzione – commenta Grillini -, si tratta di una responsabilità che coinvolge produttori, imprese della ristorazione e cittadini. Vogliamo contribuire a diffondere una cultura in cui la qualità di un alimento venga riconosciuta per il suo valore reale e non per la sua perfezione estetica. Ogni prodotto recuperato significa minore impatto ambientale, maggiore valorizzazione del lavoro agricolo e un sistema alimentare più sostenibile per tutti».*

*«In natura le verdure non nascono 'con lo stampino', basta un colpo di vento o un po' di pioggia di troppo per far curvare una carota o segnare la buccia di una mela» commenta **Franco Linguerri**, presidente di Agribologna, che prosegue: «Questo non tocca minimamente la freschezza, il sapore, il valore alimentare o la sicurezza di quello che mangiamo. Valorizzare questa produzione che è solo esteticamente non conforme significa restituirle il giusto valore e pagare dignitosamente il lavoro dei contadini. La sostenibilità di questo progetto si conta in quintali, anzi tonnellate di cibo gustoso e sano che finiranno nei piatti e nella vita delle persone, anziché nella spazzatura. Siamo più che mai orgogliosi e motivati e grati a Camst per la fiducia e il coinvolgimento».*

Camst group è una Società Cooperativa Benefit nata nel 1945 a Bologna. L'azienda conta oltre 10.000 dipendenti, 80 milioni di pasti prodotti (dati bilancio 2025). È tra le principali realtà in Italia nel settore della ristorazione collettiva, servendo scuole, aziende, ospedali e case di cura. Offre anche servizi di ristorazione commerciale attraverso marchi come Tavolamica, NOI e Dal 1945 Gustavo Italiano, oltre al banqueting con il brand Dettagli catering. Nel corso degli anni, Camst group ha ampliato la sua offerta includendo anche il facility management, offrendo una vasta gamma di servizi sia ai clienti pubblici che privati. La sua vocazione sostenibile non solo riflette il desiderio di garantire scelte alimentari di qualità, ma anche di prendersi cura delle persone e dell'ambiente.

[Camst group, più di una scelta.](#)

GRUPPO AGRIBOLOGNA con sede a Bologna, è una vera e propria filiera dedicata a gestire tutte le fasi di produzione, lavorazione e distribuzione dell'ortofrutta fresca, assicurando qualità costante, sicurezza alimentare, tracciabilità e cultura del territorio. A custodia della terra le tecniche adottate sono di coltivazione integrata (certificazione SQNPI) e biologica. Ad oggi vede 2.500 clienti nei canali GDO, ristorazione commerciale, collettiva e retail tradizionale, un fatturato consolidato nel 2024 di oltre 280 mln (totale gruppo) e 257 dipendenti, e 35.000 mq di magazzini refrigerati confermandosi come una delle più significative realtà italiane di settore.

Le principali società del gruppo sono: Consorzio Agribologna, società capogruppo; CONOR, azienda leader nella distribuzione dei prodotti ortofrutticoli freschi nel canale Horeca con oltre 21 piattaforme attive in Italia e 2 in Europa e ARANDIS società commerciale specializzata nella distribuzione ai canali GDO e Normal Trade. I brand del gruppo sono Fresco Senso dedicato alla frutta fresca di IV gamma, pronta da mangiare e Questo l'ho fatto io, dedicato ai prodotti ortofrutticoli di I gamma confezionati, coltivati dai soci della cooperativa. Gruppo Agribologna, il futuro ha radici profonde.

[Gruppo Agribologna, il futuro ha radici profonde.](#)



CONOR da oltre 60 anni, CONOR - Gruppo Agribologna - è impegnata nella selezione e distribuzione di ortofrutta fresca per i canali della ristorazione. Per garantire freschezza e qualità a livello nazionale, CONOR ha ideato e messo a punto una rete logistica su tutto il territorio nazionale, estendendosi anche a livello europeo. Conor distribuisce ogni giorno un'ampia gamma di ortofrutta fresca tradizionale e biologica, IV e V gamma, con oltre 1.000 referenze gestite, dedicate a tutto il comparto della ristorazione.

Conor, l'ortofrutta per la ristorazione italiana.

[Conor, l'ortofrutta per la ristorazione italiana.](#)

Contatti

Ufficio Stampa Camst group

Ilaria Cuseo

Mob. 337 1461488

Homina Comunicazione e Relazioni Pubbliche

Roberto Blandino

roberto.blandino@homina.it

Mob. 335 7475046

Fruzsina Szikszai

fruzsina.szikszai@homina.it

Mob. 331 3942196

Gruppo Agribologna

Paola Abruzzese

paola.abruzzo@mec-partners.it

Mob + 39 349/23 25 481

Valerio Curto

valerio.curto@mec-partners.it

Mob + 39 327/ 35 75 292