

# Indice

---

	<i>pag.</i>
<b>Introduzione</b>	
<b><i>Dall'economia sociale all'economia circolare e ritorno</i></b>	1
<i>Marco Musella e Fabio Verneau</i>	
<b>Capitolo I</b>	
<b><i>Contrastare lo spreco per ridurre la povertà: un nuovo paradigma che parte dall'efficienza per giungere all'equità</i></b>	11
<i>Marco Musella e Maria Santoro</i>	
<b>Premessa</b>	11
1. Iniziative contro lo spreco alimentare, esperienze di solidarietà e secondo <i>welfare</i>	14
2. Breve analisi normativa della legge Gadda contro gli sprechi	21
<b>Capitolo II</b>	
<b><i>Eccesso di offerta alimentare presso i canali della ristorazione nel Centro Storico di Napoli. Stima del valore economico e del valore nutrizionale</i></b>	27
<i>Fabio Vernau e Mario Amato</i>	
<b>Premessa</b>	27
1. L'indagine e il campionamento	29
2. Il Questionario	31
3. Risultati	32
4. Valore energetico e valore economico	35
5. Spreco di cibo ed impatto ambientale	37

	<i>pag.</i>
6. Stima delle impronte dello spreco alimentare	42
7. Principali limitazioni dell'indagine e difficoltà incontrate. Possibili avanzamenti o sviluppi	46

### **Capitolo III**

<b>Un'analisi della povertà alimentare e dello spreco ad essa connesso</b>	49
--	----

*Maria Santoro*

<i>Premessa</i>	49
1. Per una definizione della povertà alimentare	50
2. Uno sguardo ai dati sulla povertà in Italia	56
3. Lo spreco alimentare in Italia: alcuni dati	60

### **Capitolo IV**

<b>Ricerca-azione. Un approfondimento dal lato della domanda di cibo invenduto</b>	
--	--

*Maria Santoro* 65

<i>Premessa</i>	65
1. Metodologia della ricerca: strumenti di monitoraggio utilizzati	66
2. Prime elaborazioni dei dati intervista MENSE	68
3. Prime elaborazioni piste intervista utenti/beneficiari del servizio mensa di strada e mensa con posti a sedere	79
4. Possibili avanzamenti o sviluppi	95

### **Capitolo V**

<b>Passare dalle parole ai fatti. Come favorire il matching tra domanda e offerta di cibo</b>	97
---	----

*Francesco Amati, Paolo Arrigoni e Marco Musella*

<i>Premessa</i>	97
1. Perché domanda e offerta non si incontrano spontaneamente	99
2. Come abbiamo favorito l'incontro tra domanda e offerta	103

<b>Bibliografia</b>	109
---------------------	-----