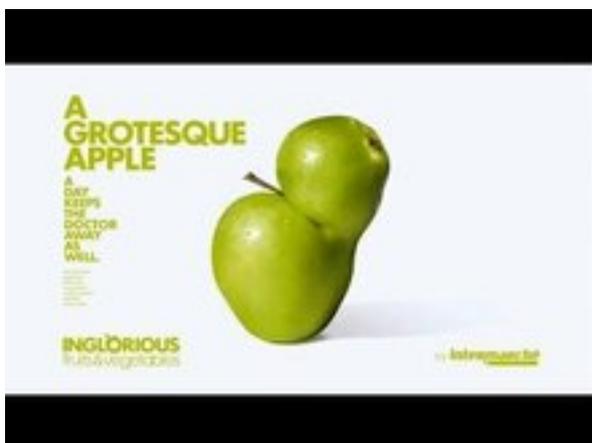


# "Inglorious Fruits and Vegetables", la rivincita dei brutti



Parte dalla catena di supermercati francesi Intermarche una campagna per salvare dai rifiuti frutta e verdura imperfetti

**Salvare dallo spreco tonnellate e tonnellate di cibo**, curandosi un po' meno dell'aspetto esteriore. È questo il sottotesto dell'avvincente campagna pubblicitaria

(<http://www.thisismarvelous.com/i/198-Watch-How-This-Supermarket-Got-People-To-Buy->

[Their-Trans](#)) lanciata da

**Intermarche**, la terza più grande catena di supermercati francese, per presentare la sua linea di frutta e verdura fuori calibro, imperfetta o deformata.

La mela grottesca, il limone fallato, la melanzana sfigurata, la patata ridicola, l'arancia abominevole, l'orrenda carota, la clementina infortunata: Intermarche compra dai fornitori questi frutti e verdure solitamente scartati e destinati ai rifiuti e li rivende ai clienti a un **prezzo scontato del 30%**, assicurandoli sulle invariate proprietà organolettiche distribuendo succhi e zuppe prodotti con l'esercito dei "brutti ma buoni".

Il periodo di prova, che si è tenuto a Provins, ha decretato il **successo commerciale dell'operazione**, con un incremento del 60% nella vendita di frutta e verdura e commenti entusiastici dei consumatori, che da più parti chiedono che l'iniziativa venga estesa a tutti i punti vendita.

Resta da vedere come il progetto ? che nella sua campagna pubblicitaria cita con una certa malizia il 2014 come anno europeo contro lo spreco di cibo - possa armonizzarsi con le **norme di commercializzazione europee dei prodotti ortofrutticoli freschi** (regolamento (UE) n.1308/2013) che prevedono stringenti standard al di fuori dei quali è severamente proibita la vendita.

Link:

<http://archivio.earthday.it/Alimentazione/Inglorious-Fruits-and-Vegetables-la-rivincita-dei-brutti>