

L'INIZIATIVA PRESENTATA IERI

# Spreco alimentare record, Fipe in campo

L'associazione dei pubblici esercizi vara un programma per incentivare l'uso di "doggy bag" nei ristoranti

**Solo il 15 per cento dei clienti chiede di portarsi a casa il cibo avanzato**

Mitia Chiarin VENEZIA

Contro lo spreco di cibo la Fipe [Confcommercio Unione Metropolitana di Venezia](#) e Rovigo si mobilita. I dati dell'Osservatorio Internazionale Waste Watcher svelano una importante criticità in Italia e i dati provinciali la confermano: rispetto al 2023 il quantitativo di cibo settimanale "pro-capite" acquistato e poi gettato nella spazzatura è cresciuto da 469 a 683 grammi. Solo una persona su 10 dona il cibo cucinato in eccesso. Eppure esiste anche una legge, la Gadda, del 2016 che promuove la redistribuzione delle eccedenze attraverso le donazioni alimentari. Fipe Confcommercio lancia la campagna di educazione e sensibilizzazione alimentare con lo slogan "#LoveFoodNoWaste", realizzata con il sostegno della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo e in collaborazione con Fipe nazionale. Ieri a Mestre sono stati distribuiti ai giovani imprenditori vene-

ziani della ristorazione gli strumenti per diffondere il messaggio tra i clienti, tra cui il "rimpiattino", una speciale scatola per portare a casa gli avanzi: spesso i clienti si vergognano a farlo o temono di essere giudicati o lo ritengono di cattivo gusto. Lo ha confermato anche don Gianni Antoniazzi, parroco di Carpenedo. Secondo un sondaggio del Consorzio Comieco, l'abitudine di portarsi a casa cibo e bevande non consumati dopo una cena al ristorante riguarda solo una piccola parte di clientela. I ristoratori, campione del sondaggio, dicono che ben 7 clienti su 10 chiedono raramente un contenitore (genericamente chiamato "doggy bag") e che solo il 15,5% lo chiede spesso o sempre. Il 55% dei ristoratori parla di un rifiuto dettato principalmente da "imbarazzo" seguito da "scomodità" e "indifferenza". Il 42,6%, poi, dichiara di proporlo spesso. Ancora, un consumatore su quattro dichiara di lasciare sul piatto gli avanzi. E così il settore della ristorazione può e deve fare la sua parte nell'influenzare le scelte del-

la clientela. Il "Rimpiattino" è il nome dell'iniziativa di sensibilizzazione che Fipe Confcommercio ha lanciato: simpatiche box "antispreco" e materiale informativo sono ora nelle mani dei giovani ristoratori. Una trentina di under 42, il 17 settembre, hanno preso parte a una giornata di formazione e team building a Venezia con al centro la cultura del recupero e la valorizzazione di prodotti del territorio, dagli ortaggi di Sant'Erasmo alle *moeche* di Burano. Ora il materiale arriverà in tutta la provincia grazie alla Fipe. «Quello dello spreco alimentare – dichiara il presidente di [Confcommercio Unione metropolitana di Venezia](#) e di Fipe provinciale [Massimo Zanone](#) – è un tema sempre molto attuale. Alcuni dati della ricerca ci danno delle indicazioni inequivocabili e ci fanno capire che c'è ancora tanto lavoro da fare. Non va bene buttare cibo, non è etico e ripeterlo è sempre necessario e opportuno: quello che noi lasciamo, può essere indispensabile in altre parti del mondo. Per questo non dobbiamo mai smettere di promuovere la cultura del recupero e del riuso». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'incontro tra ristoratori e Fipe Confcommercio. In primo piano le scatole anti-spreco distribuite

# Ristoratori contro le spreco alimentare

**CAMPAGNA DI  
SENSIBILIZZAZIONE  
PRESENTATA  
DA CONFCOMMERCIO  
E CAMERA  
DI COMMERCIO**

## CONSUMI

**MESTRE** Una campagna di sensibilizzazione contro gli sprechi alimentari: è l'iniziativa presentata ieri a Mestre nella sede di Confcommercio alla presenza di una trentina di giovani ristoratori under 42 che martedì scorso, 17 settembre, hanno preso parte a una giornata di formazione e team building a Venezia con al centro la cultura del recupero e la valorizzazione di prodotti del territorio. Con l'impegno di sostenere una battaglia che coinvolge l'intera filiera del cibo. La fotografia scattata dal Rapporto 2024 dell'Osservatorio internazionale Waste Watcher rivela una situazione preoccupante: in Italia quasi la metà del cibo acquistato dalle famiglie finisce, nell'arco di una settimana, nella spazzatura. Un dato in crescita rispetto al 2023 e che si evidenzia anche in provincia di Venezia. Il quantitativo di cibo "pro-capite" acquistato e che poi non si riesce a consumare è pas-

sato da 469 grammi settimanali a 683; solo il 23% del campione intervistato, inoltre, pianifica i pasti e una persona su 10 dona il cibo cucinato in eccesso. Anche l'invito ai clienti dei locali a portarsi a casa il cibo avanzato con i cosiddetti "doggy bag" stenta a diffondersi. I ristoratori coinvolti nell'indagine, infatti, riferiscono che ben 7 clienti su 10 chiedono raramente un contenitore (più genericamente "doggy bag") e che solo il 15,5% lo chiede spesso o sempre. Di qui la decisione di Confcommercio di far propria l'iniziativa, realizzata con il sostegno della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo. Un impegno che si concretizzerà con il "Rimpiattino", un box "antispreco" con del materiale informativo per stimolare un comportamento etico del progetto #LoveFoodNoWaste che è stato consegnato ieri mattina ai giovani imprenditori che hanno partecipato all'iniziativa formativa. «Non dobbiamo smettere di promuovere la cultura del recupero e del riuso - ha commentato il presidente di Confcommercio e della Camera di commercio **Massimo Zanon** - Perché solo con un vasto intervento educativo e solo con l'impegno congiunto di tutti, saremo in grado di incidere sulla questione e ridurre lo spreco».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**ANTI SPRECHI**  
I giovani ristoratori  
impegnati nell'iniziativa

