

Comunicato stampa Confcommercio Unione metropolitana di Venezia Rovigo con Fipe (pubblici esercizi) - Cresce anche nel Veneziano lo spreco alimentare: al via la campagna #LoveFoodNoWaste

[Alvise Sperandio <alvyspera@inwind.it>](mailto:alvyspera@inwind.it)

Data: 24 settembre 2024 11:50:24

Allegati (3): Foto uscita Venezia 2.jpg (636.14 KB) - Foto uscita Venezia 1.jpg (659.18 KB) - Zanon da solo.jpeg (308.78 KB)

---



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
UNIONE METROPOLITANA DI VENEZIA



FEDERAZIONE  
ITALIANA  
PUBBLICI  
ESERCIZI

COMUNICATO STAMPA

**Cresce anche nel Veneziano lo spreco alimentare: al via la campagna #LoveFoodNoWaste**

**I dati dell'Osservatorio Internazionale Waste Watcher fotografano una grossa criticità sul fronte dello spreco alimentare in Italia. E i dati provinciali sono sostanzialmente in linea con quelli nazionali: rispetto al 2023 il quantitativo di cibo settimanale "pro-capite" acquistato e poi gettato nella spazzatura è cresciuto da 469 a 683 grammi.**

***Solo il 23% del campione intervistato pianifica i pasti e solo una persona su 10 dona il cibo cucinato in eccesso. Di fronte all'aumento degli sprechi Fipe Confcommercio Unione metropolitana di Venezia Rovigo promuove la campagna di educazione e sensibilizzazione alimentare #LoveFoodNoWaste, realizzata con il sostegno della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo e in collaborazione con Fipe nazionale.***

*Oggi a Mestre distribuiti ai giovani imprenditori veneziani della ristorazione gli strumenti per la massima diffusione, presso i loro clienti, dell'iniziativa, tra cui il "rimpiattino" (o doggy bag) per portare a casa gli avanzi che, ormai disponibile dovunque, viene però*

*ancora chiesto poco: spesso i clienti si vergognano a farlo o temono di essere giudicati o lo ritengono di cattivo gusto.*

(Mestre, 24 settembre 2024) | Il cibo non si butta. O meglio non si dovrebbe buttare. Perché la fotografia scattata dal Rapporto 2024 dell'Osservatorio Internazionale Waste Watcher racconta un'altra realtà: 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 passato 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.

Di fronte a un quadro così preoccupante Fipe Confcommercio Unione metropolitana di Venezia Rovigo ha abbracciato la campagna nazionale #LoveFoodNoWaste, un progetto di educazione e sensibilizzazione contro lo spreco alimentare sollecitando i giovani imprenditori della ristorazione a fare la propria parte contro una battaglia che coinvolge tutta la filiera del cibo.

Questa mattina l'iniziativa, realizzata con il sostegno della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo, è stata presentata a Mestre nella sede della Confcommercio Venezia Rovigo (viale Ancona 9). Presenti circa 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. All'inizio del meeting è stato proiettato il video dell'esperienza che si è svolta tra le isole di Sant'Erasmus, alla scoperta del tipico carciofo violetto (*castraure*), e Burano, dove è avvenuto l'incontro con il pescatore di *moeche* Domenico, prezioso testimonial della tradizione ittica della laguna.

### **Lo spreco alimentare al ristorante: l'imbarazzo nel chiedere la doggy bag**

Allo spreco alimentare individuale e fra le mura domestiche va aggiunto, purtroppo, quello che si effettua fuori casa. 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 della clientela. 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. Su cosa spinga i clienti a lasciare sul piatto le pietanze che hanno comprato, il 55% dei ristoratori risponde "imbarazzo" seguito da "scomodità" e "indifferenza". Ciò significa che almeno una persona su due prova vergogna nel portare a casa il cibo che non riesce a finire, forse per timore di essere giudicato. I ristoratori possono però lanciare per primi la "proposta" della *doggy bag*, vincendo la ritrosia: il 42,6% dichiara di farlo spesso e il 34,3% raramente. In generale la ristorazione è ormai pienamente attrezzata per gestire l'asporto con contenitori adatti alla conservazione (91,7%).

D'altra parte la metà degli italiani ammette di non riuscire a finire sempre tutto: una persona su quattro dichiara di lasciare sul piatto gli avanzi e il 28% di portarsi a casa il cibo. L'altra metà, infine, è una buona forchetta e mangia sempre tutto quello che ordina. La grande maggioranza degli intervistati guarda positivamente alla cultura della *doggy bag* e alla possibilità di portare a casa gli avanzi. Il 31% spiega che è un'abitudine doverosa per abbattere gli sprechi ma è ancora troppo alta la percentuale di chi è contrario: il 14% dice che è imbarazzante chiedere la borsetta e il 12% ritiene sia di cattivo gusto. Chi risponde negativamente, secondo il sondaggio, lo fa soprattutto per abitudini e convenzioni culturali che sono spesso difficili da scardinare proprio perché si basano su delle credenze.

### **Cosa possono fare i ristoratori: vademecum contro lo spreco**

Dall'analisi dei dati si intuisce che il settore della ristorazione può e deve fare la sua parte nell'influenzare le scelte della clientela, anche solo condividendo con il cliente la rilevanza di agire tutti insieme nella battaglia contro lo spreco alimentare. Il "Rimpiattino" è il nome dell'iniziativa di sensibilizzazione che Fipe Confcommercio ha lanciato per ribadire il valore fondamentale del cibo, dal campo alla tavola: le simpatiche box "antispreco" e il materiale informativo per stimolare un comportamento etico del progetto #LoveFoodNoWaste sono stati consegnati questa mattina ai giovani imprenditori della ristorazione nel corso di un momento formativo dedicato e, a seguire, altri saranno inviati a tutti i ristoratori della rete Fipe interprovinciale.

Nel corso della mattinata è stata inoltre ricordata la legge 116/2016, o "legge Gadda", voluta per limitare gli sprechi promuovendo la redistribuzione delle eccedenze attraverso le donazioni alimentari. Donare l'invenduto, ha sottolineato la docente Giovanna Moretti, permette di godere anche di benefici economici e fiscali.

### **La dichiarazione del presidente Zanon**

*"Quello dello spreco alimentare – dichiara il presidente di Confcommercio Unione metropolitana di Venezia e di Fipe provinciale Massimo Zanon – è un tema sempre molto attuale e che ci deve interpellare tutti. Alcuni dati della ricerca ci danno delle indicazioni inequivocabili e ci fanno capire che c'è ancora tanto lavoro da fare, sia per i ristoratori che per i clienti. Chiaramente 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, ciascuno a partire dal suo piccolo e dal suo quotidiano. 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".*

*Foto in allegato dell'uscita dei giovani imprenditori a Venezia e del presidente Zanon.*

*Con cortese richiesta di pubblicazione.*

**Alvise Sperandio**

**Ufficio stampa Confcommercio Unione metropolitana di Venezia**