Sprechi, foody bag artistiche nei locali del network Ticket Restaurant

re-box-contro-lo-spreco-alimentare-4d1c2303

La **lotta allo spreco alimentare in pausa pranzo** trova due nuovi alleati: l'arte e la psicologia del comportamento. In concomitanza con la Giornata Nazionale di Prevenzione dello Spreco Alimentare **Edenred**, inventore del **Ticket Restaurant**, ha stretto un accordo con **Malvida**, la startup italiana che ha ideato il progetto **reBOX** e immesso sul mercato **reFOOD**, il contenitore per alimenti riciclabile che consente di portare a casa il cibo avanzato al ristorante in modo originale: utilizzando una pratica **scatola disegnata da creativi e artisti emergenti** che punta a sconfiggere il tabù che ancora molte persone nutrono verso le cosiddette doggy bag.

La prossima settimana un panel di **60 ristoranti su tutto il territorio nazionale** verrà coinvolto nella prima fase del progetto che mira a mettere le foody bag reFOOD a disposizione degli oltre **150mila locali aderenti al circuito Ticket Restaurant**. Partner accademico del progetto è lo **IESCUM**, Istituto Europeo per lo Studio del Comportamento Umano, che si occupa di esperimenti di nudging e architettura delle scelte e studia tutte quelle soluzioni che convincono in modo dolce, ognuno di noi, a fare qualcosa a cui non è abituato

I titolari dei 60 locali scelti per questa fase di test aiuteranno i responsabili del progetto a capire il **livello d'imbarazzo dei consumatori** quando devono richiedere una doggy bag e a monitorarlo nel tempo rispondendo a diversi questionari per un periodo di sei settimane. Una volta compresi al meglio bisogni e potenzialità, il progetto si allargherà anche agli altri locali che accettano buoni pasto Ticket Restaurant.

"In Italia **ogni anno vengono sprecati 16 miliardi di cibo** - spiega **Sabrina Citterio**, responsabile Corporate Social Responsibility di Edenred Italia -. Le buone politiche di riduzione devono interessare innanzitutto i privati cittadini perché la maggior parte dello spreco avviene nelle mura domestiche ma coinvolgere anche il mondo della pausa pranzo fuori ufficio che accomuna 2,5 milioni di lavoratori italiani. Come Edenred da tempo siamo impegnati su questo fronte attraverso partnership con

associazioni non profit per la destinazione delle eccedenze alimentari e progetti innovativi come quello che ha previsto la distribuzione di **2500 doggy bag a oltre mille ristoranti sul territorio nazionale**. Con questo progetto miriamo a trasformare una buona azione in una buona abitudine puntando su un'idea innovativa e su un prodotto comodo, pratico, colorato, ecologico, etico che mira a trasformare i beneficiari dei nostri Ticket Restaurant in attori del cambiamento".

"Il progetto nasce da una forte condivisione di valori ed obiettivi con Edenred Italia - aggiunge **Marco Lei**, CEO e co-founder del progetto reBOX - che ha portato le due realtà ad unire gli sforzi per **combattere un malcostume fin troppo radicato nella cultura italiana**. Gli obiettivi sono molteplici: sensibilizzare i ristoratori facendogli anche capire l'utilità che un servizio del genere dato ai propri clienti può generare, creare una community reale di persone che nel loro piccolo diano un contributo a diminuire i numeri dello spreco alimentare. Dalla partenza del progetto gli utilizzatori di Ticket Restaurant potranno reperire sul nostro sito i ristoranti presso i quali poter andare a mangiare e reperire le nostre reFOOD. La passione e l'energia che ci accomuna siamo convinti che sarà il motore del cambiamento".

"Molte scelte quotidiane sono abitudini radicate nella nostra vita", commenta **Francesco Pozzi**, docente di Behavioral Economics alla **IULM** di Milano e responsabile della nudge unit **Nudge Italia** presso IESCUM, Istituto Europeo per lo Studio del Comportamento Umano. "Questo vale anche per comportamenti che hanno un impatto sulla nostra salute e sulla nostra società. Lo spreco alimentare è un ottimo (o forse sarebbe meglio dire pessimo) esempio. La 'forza dell'abitudine' ci spinge a compiere ogni giorno delle scelte che, in realtà, sono molto distanti dai nostri valori: **vorremmo evitare gli sprechi, ma prevale la pigrizia**. Ecco che allora ci viene in soccorso la scienza: gli interventi di nudging sono delle spinte gentili, dei pungoli, con cui l'ambiente, opportunamente progettato, può aiutarci a compiere scelte migliori. Grazie alla collaborazione con Edenred e reBOX, potremo raggiungere un grande numero di persone ed aiutarle a compiere quotidianamente scelte migliori, per fare tutti insieme la differenza".

Stando agli ultimi dati diffusi dall'Osservatorio nazionale Waste Watcher di Last Minute Market/Swg, **lo spreco di cibo in Italia ammonta a circa 145 kg all'anno per famiglia**, per un costo di **360 euro annui**. Per quanto riguarda, invece, l'utilizzo della 'Family bag', il 75% ne auspica una diffusione con design elegante per "superare la timidezza" nel portarsi il cibo avanzato a casa.