Sprechi alimentari, per i consumatori i ristoratori non fanno abbastanza

doggy-bags-1232310-b0a952c2

Se l'uso della "**family bag**" è in parte ancora frenato da una parte dei **consumatori che provano imbarazzo** nel chiederla ai **ristoratori**, anche questi ultimi, in alcuni casi, hanno le loro responsabilità: se infatti la consapevolezza di evitare gli sprechi alimentari cresce tra i professionisti del Fuoricasa (gestori di bar, ristoranti e hotel), **le azioni messe in campo non risultano ancora evidenti ai clienti** , tanto che l'88% dichiara di non aver mai notato iniziative specifiche. È quanto emerge dall'indagine sulla gestione degli sprechi alimentari realizzata **dall'Osservatorio Metronomo** e presentata oggi da **Metro Italia Cash and Carry e IEFE Bocconi** (Istituto di Economia e Politica dell'Energia e dell'Ambiente) presso l'Università Bocconi di Milano.

L'indagine sottolinea che **tra ristoratori e clienti c'è un significativo scostamento di percezione sul tema**: i primi considerano lo spreco un problema rilevante nella propria attività (per il 76% è molto o abbastanza rilevante), mentre solo il 33% dei consumatori lo associa in maniera così forte al contesto del fuoricasa. Lo studio evidenzia anche che la **doggy bag** e le **donazioni delle eccedenze alimentari ad associazioni o enti benefici** sono le due iniziative più apprezzate dai consumatori (rispettivamente dal 73% e 37%) ma anche quelle **meno attuate dalle imprese dell'Horeca** (rispettivamente dal 21% e dal 10%). Una visione distorta della realtà si riscontra poi quando si chiede di indicare la quantità di scarti alimentari generata nelle attività quotidiane. Se i consumatori si avvicinano infatti alla media di **circa 5 kg a settimana** (calcolata su un nucleo famigliare di circa 4 persone), i professionisti dichiarano lo stesso quantitativo ma sono molto lontani da quanto avviene nella realtà, che corrisponde a circa **154kg in media** (quantitativo per singola azienda dell'Horeca).

Solo su un punto consumatori e operatori sono concordi, quello relativo alla composizione dello scarto alimentare generato dalla ristorazione: tutti sono infatti consapevoli che al primo posto ci sono **gli avanzi dei clienti**.