Metro: un ristoratore su tre si impegna contro lo spreco alimentare

metro-sprechi-a6daf1ca

Metro Italia, in collaborazione con **Bocconi Green Economy Observatory**, presenta, nell'ambito degli eventi del Salone della CSR e dell'innovazione sociale 2019, i risultati della seconda parte della **ricerca Metronomo sullo spreco alimentare nella ristorazione**.

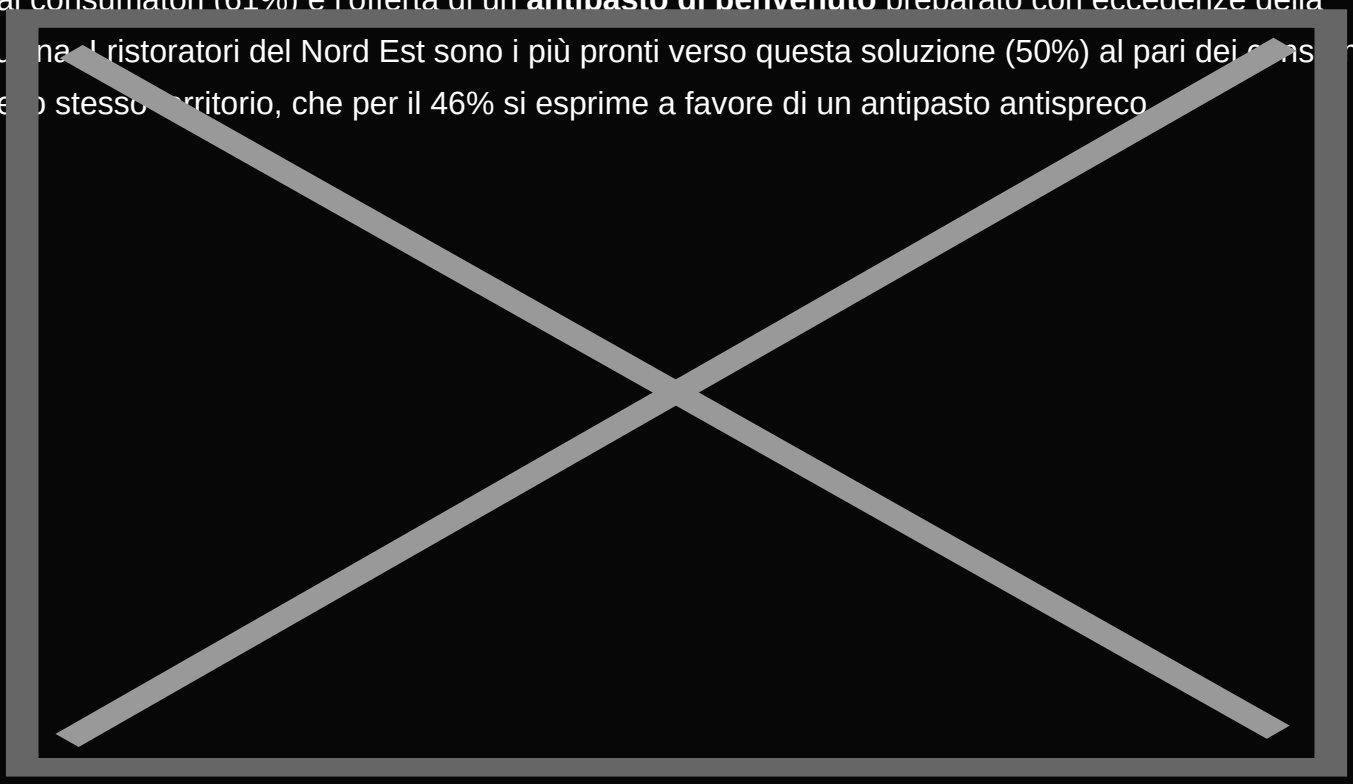
Dalle organizzazioni internazionali come la Fao a quelle nazionali come Banco Alimentare l'allarme sullo spreco alimentare non si spegne. Metro Italia, punto di riferimento per i professionisti della ristorazione e dell'ospitalità, ha indagato la situazione dello spreco di cibo "fuori casa" sia dal punto di vista del consumatore, sia da quello del ristoratore, che ogni giorno deve pensare a gestire la dispensa nel modo più efficiente, non solo evitando gli sprechi, ma possibilmente cercando di prevenirli.

Dati alla mano, **soltanto l'11% dei consumatori italiani dichiara di avanzare cibo al ristorante**, e per il 68% di loro la maggiore responsabilità degli avanzi è da attribuire ai ristoratori. Di contro, dalla ricerca emerge che **almeno un ristoratore su tre è impegnato in attività per ridurre lo spreco alimentare**.

"Partiamo da ciò che viene buttato", commenta **Milvia Panico**, Responsabile Comunicazione e CSR di Metro Italia. "In media nel nostro Paese ogni settimana dalle cucine di ogni ristorante o pizzeria finiscono in pattumiera oltre 600 litri di scarto. In qualità di partner dei professionisti della ristorazione, come azienda sentiamo la responsabilità di contribuire alla lotta allo spreco alimentare e minimizzare le eccedenze".

La quantità di scarto alimentare (che comprende anche il rifiuto organico) oscilla **tra i 2 e i 5 sacchi a settimana** (ogni sacco misura 220 litri). Tanti ristoratori però hanno già intrapreso la strada della lotta allo spreco alimentare. Innanzitutto, c'è il tentativo di andare incontro alle esigenze dei consumatori con porzioni differenziate, infatti l'80% di questi chiede **quantità ridotte**, con prezzi proporzionati. In

Italia le risposte a questa esigenza si differenziano per area geografica. I più propensi ad assecondare il consumatore in questo senso sono i ristoratori del Nord Est (65%), i meno propensi sono quelli del Sud (25%).
Non mancano metodi per **riutilizzare la materia prima non consumata**: il più in voga e apprezzato dai consumatori (61%) è l'offerta di un **antipasto di benvenuto** preparato con eccedenze della cucina. I ristoratori del Nord Est sono i più pronti verso questa soluzione (50%) al pari dei consumatori dello stesso territorio, che per il 46% si esprime a favore di un antipasto antispreco.



Ma veniamo alla famosa **doggy bag**: il 32% dei ristoratori la offre sempre, mentre il 53% solo su richiesta. Si tratta di un dato che indica una sensibilità più accentuata rispetto al passato, che però si scontra ancora con una **chiusura culturale** da parte dei consumatori finali, che nell'86% dei casi ritengono utile l'asporto, ma nei fatti vi ricorrono solo raramente, per imbarazzo o scarsa praticità di utilizzo.

Ma guardando al futuro, oltre alle soluzioni più tradizionali, il 40% dei ristoratori crede che una formazione e sensibilizzazione più puntuale del personale possa portare a ulteriori risultati positivi sul fronte dell'anti spreco.

Infine, ma non certo per importanza, si affacciano sul mercato le soluzioni più smart, tra cui la possibilità di **donare o vendere il cibo cucinato ma non venduto**, attraverso applicazioni che mettano velocemente in contatto domanda e offerta. Tra i ristoratori più innovativi gli strumenti utilizzati sono diversi. C'è chi utilizza app o piattaforme per l'acquisto di prodotti in eccedenza da

catene di distribuzione e/o fornitori (17,4%); chi app o piattaforme per vendita o scambio di eccedenze con altri locali (6,4%), chi ancora usa piattaforme per le donazioni (15,6%).

“I risultati a cui giunge Metronomo, mostrano una consapevolezza consolidata sia da parte dei consumatori che dei ristoratori circa il tema dello spreco e della necessità di limitarlo se non eliminarlo”, continua Milvia Panico. “Il tema è dunque all’ordine del giorno e sono sempre di più i professionisti Horeca che si impegnano a ridurre le eccedenze e gli scarti in cucina. Metro Italia intende mantenere i riflettori puntati sull’antispreco e continuare a guidare il mondo dell’Horeca verso una ristorazione sempre più consapevole e sostenibile”.