

INDAGINE SULLO SPRECO ALIMENTARE, ABITUDINI DI ACQUISTO E DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE EMILIANO ROMAGNOLE



Settembre 2022



Waste Watcher International Observatory-Università di Bologna-Last Minute Market su dati IPSOS

Indice

1. INTRODUZIONE.....	3
2. METODOLOGIA DELL'INDAGINE.....	4
3. IL CAMPIONE DELL'INDAGINE.....	5
4. LO SPRECO ALIMENTARE.....	6
5. LE ABITUDINI DI ACQUISTO.....	11
6. LE ABITUDINI DI CONSUMO.....	14
7. L' EDUCAZIONE ALIMENTARE E ALLA LOTTA AGLI SPRECHI... 	16

1 INTRODUZIONE

Il problema degli sprechi alimentari ha assunto negli ultimi due decenni un'importanza crescente all'interno del dibattito internazionale sulla sostenibilità dei modelli di produzione e consumo.

A livello internazionale l'obiettivo di ridurre sprechi e perdite alimentari è presente all'interno degli obiettivi di sviluppo sostenibile (UN 2014)¹. Tra gli obiettivi specifici del “GOAL n°12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo” compare infatti il tema degli sprechi alimentari. L'obiettivo è indicato al punto 12.3:

“12.3 – Entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite a livello di vendita al dettaglio e dei consumatori e ridurre le perdite di cibo durante le catene di produzione e di fornitura, comprese le perdite del post-raccolto”

L'UNEP nel Food Waste Index Report 2021, che analizza gli sprechi alimentari, afferma che a livello mondiale vengono sprecate 931 milioni di tonnellate di cibo, il 17% del cibo disponibile, di media 121 kg/annui pro capite. Di questi 602 milioni di tonnellate vengono sprecate a livello domestico, pari ad una media di 74 kg/annui pro capite. Allo spreco alimentare vanno aggiunte le perdite alimentari che si “materializzano” nelle prime fasi della filiera. La FAO nel Food Loss Index Report 2019, afferma che a livello mondiale viene perduto il 14% del cibo prodotto.

Il Vertice delle Nazioni Unite sul sistema alimentare 2021 ha ribadito, tra l'altro, i molteplici impatti dello spreco alimentare e il suo invito all'azione è stato ulteriormente messo rilanciato dalla 26a Conferenza delle Parti (COP26) e della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (COP26), che ha sottolineato come le risposte ai cambiamenti climatici richiedano uno sforzo comune sia attraverso gli interventi pubblici sia attraverso azioni individuali. In particolare, gran parte della letteratura attribuisce ai consumatori la responsabilità della quota maggiore di spreco alimentare sia nei paesi industrializzati (Stenmarck et al., 2016) che non (UNEP, 2021), così come precedenti indagini condotte dall'Osservatorio internazionale Waste Watcher (WWOI). A fronte di ciò, sempre maggiore attenzione è stata posta alla questione comportamentale in cui molteplici fattori, interconnessi e concorrenti, svolgono un ruolo influente nella produzione di spreco alimentare (Barone et al., 2019).

Tra i fattori comportamentali che influenzano la produzione di sprechi alimentari possiamo annoverare aspetti legati alle preferenze come il gusto ma anche questioni culturali (Sonesson et al.,

¹ Uno dei principali “outcomes” della Conferenza delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile (Rio+20), tenutasi nel 2012 a Rio de Janeiro è stato l'accordo di paesi membri di avviare un processo di definizione di un nuovo set di obiettivi di sviluppo sostenibile per l'agenda post-2015; <https://unric.org/it/agenda-2030/>

2005), non possono però essere non menzionate le abitudini come la frequenza degli acquisti (Quested et al., 2013), ma anche atteggiamenti legati a modi di pensare e aspetti legati alle sensazioni (Stancu et al. ., 2016). Alcuni autori inoltre sottolineano l'importanza delle norme sociali (George et al., 2010) nonché conoscenze e capacità manuali. Il cibo può essere sprecato a causa della scarsa comprensione delle etichette della data o delle tecniche di conservazione degli alimenti per massimizzare la durata di conservazione (Quested e Parry, 2017). Allo stesso modo, lo spreco alimentare può essere correlato alla mancanza di capacità e conoscenze nella preparazione e nel porzionamento degli alimenti (Abeliotis et al., 2014; Quested and Johnson, 2012).

In letteratura inoltre troviamo indagini che analizzano gli aspetti legati all'attenzione che i consumatori dedicano alle implicazioni dello spreco alimentare e in particolar modo alla comprensione degli impatti ambientali (Richter e Bokelmann, 2017), economici e sociali (Falasconi et al., 2019; Philippidis et al., 2019). Insieme alle capacità e alle preoccupazioni individuali, diversi autori hanno suggerito di considerare opportunità come le opzioni di acquisto locali (Van Geffen et al., 2017) e la disponibilità di elettrodomestici da cucina ad alta tecnologia (Silvennoinen et al., 2012). Anche i dati demografici svolgono un ruolo nella generazione degli sprechi alimentari. Tali fattori includono la dimensione della famiglia (Parizeau et al., 2015; Quested e Luzecka, 2014), la composizione della famiglia come età, la presenza di figli o la struttura della relazione in casa (Parizeau et al., 2015), la situazione lavorativa (Wasserman e Schneider , 2005), reddito (Wenlock e Buss, 1977) e livello di istruzione (Silvennoinen et al., 2012), tutti aspetti che verranno presi in considerazione nell'indagine svolta per conto della Regione Emilia Romagna.

2 METODOLOGIA DELL'INDAGINE

L'Osservatorio Waste Watcher International su cibo e sostenibilità sviluppato dall'Università di Bologna, Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari per la Campagna Spreco Zero di Last Minute Market impresa sociale spin off UNIBO, fornisce alla collettività conoscenze e strumenti necessari a comprendere le dinamiche comportamentali e degli stili di vita che determinano lo spreco alimentare a livello domestico.

Concentrandosi sugli impatti economici, ambientali e sociali dello spreco, l'Osservatorio genera, mettendo a servizio della comunità, la conoscenza necessaria ad orientare le politiche e le azioni di prevenzione dello spreco alimentare degli attori pubblici e privati, per favorire l'utilizzo efficiente delle risorse economiche e naturali, preservare l'ambiente e promuovere la salute.

La ricerca dell'Osservatorio è realizzata con metodo scientifico ed è basata sull'analisi delle

opinioni, delle auto-percezioni e delle dichiarazioni dei consumatori.

I risultati delle indagini, una volta elaborati, consentono di definire un quadro dei bisogni formativi dei partecipanti per poter quindi dare una risposta al fabbisogno di informazioni e di conoscenze in ambito di lotta allo spreco alimentare e sana alimentazione, con mirati programmi di educazione alimentare, ambientale e alla sostenibilità capaci di riorientare i loro comportamenti.

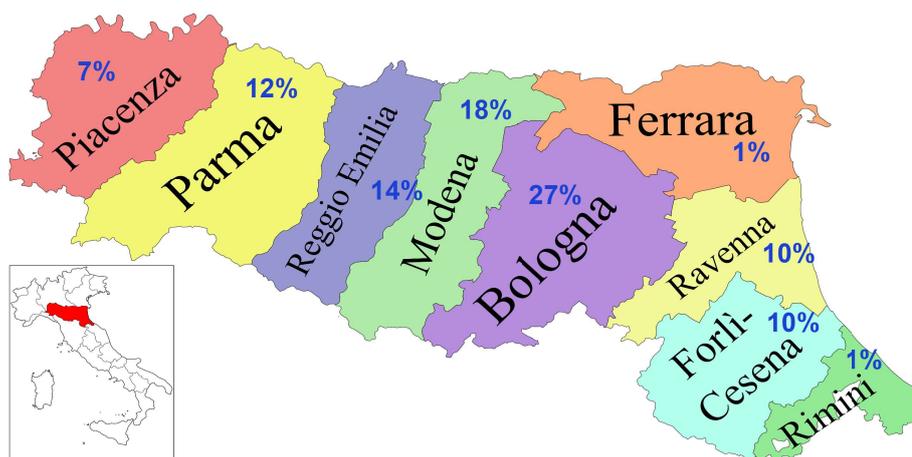
Nello specifico nella presente ricerca, è stata condotta, dall'Osservatorio WWI, un'indagine scientifica attraverso la somministrazione anonima di un questionario ad hoc di 20 domande, con l'obiettivo di analizzare la sensibilità e i comportamenti della comunità regionale rispetto allo spreco alimentare e all'acquisto e consumo di alimenti a livello domestico.

Nello specifico l'indagine si è proposta di verificare le tipologie di alimenti e le quantità sprecate a livello domestico nonché di valutare i principali comportamenti legati allo spreco: modalità di acquisto, conservazione, consumo ed educazione.

3 IL CAMPIONE DELL'INDAGINE

L'indagine condotta nel lasso temporale compreso tra il 15 e il 22 luglio è stata somministrata a 500 famiglie della Regione Emilia–Romagna distribuite sul territorio così come rappresentato nella figura 1.

Figura 1: Distribuzione per provincia del campione di famiglie indagato

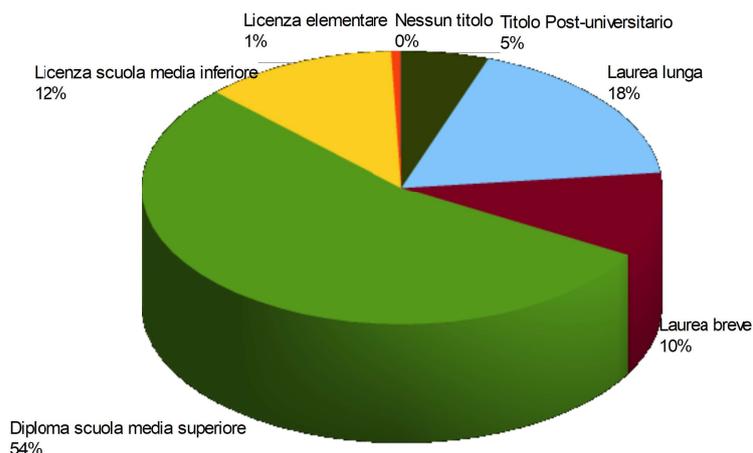


Il 52% del campione è costituito da soggetti residenti in zone urbane mentre il restante 48% è residente in aree rurali.

Andando ad analizzare, dal punto di vista demografico, la composizione delle famiglie partecipanti

all'indagine, è possibile evidenziare che il 16% sono single, il 32% sono coppie, il 27% sono nuclei familiari composti da 3 soggetti e il restante 20% sono famiglie con 4 membri. Complessivamente il 42% delle famiglie ha figli o maggiorenni o minorenni o entrambi conviventi. Andando ad indagare il titolo di studio dei rispondenti emerge la situazione evidenziata dalla figura 2 dove è possibile notare tra l'altro che il 54% è in possesso di un diploma di scuola media superiore e un 28% è in possesso di una laurea o triennale e magistrale/quinquennale.

Figura 2: Livello di istruzione dei rispondenti



In fine il 63% del campione dei rispondenti lavora, il 6% è disoccupato, il 24% è pensionato e il 7% è costituito da casalinghe.

4 LO SPRECO ALIMENTARE

Il primo tema che verrà analizzato sarà quello relativo allo spreco alimentare. Lo studio ha coinvolto 500 famiglie per un totale di 1.330 persone interessate. La quantità totale di cibo sprecata è di 774 Kg, nella settimana presa come riferimento, così come dichiarato dai rispondenti, per un totale medio pro-capite di 581,96 g a settimana. Analizzando i dati su base territoriale è possibile notare come vi sia una sostanziale differenza tra le province della Romagna e quelle dell'Emilia, con quest'ultime che presentano dati significativamente (anche dal punto di vista statistico, dal test di Kruskal-Wallis emerge un p-value di 0,003) maggiori (vedi figura 3)

Figura3: spreco alimentare ripartito per provincia (g/pro-capite/settimana)



Come è possibile notare dalla figura 3 spiccano due dati, i 974,73 g/pro-capite/settimana della provincia di Rimini e i 740,8 g/pro-capite/settimana della provincia di Ferrara. Riteniamo che dall'analisi comparativi territoriale questi dati debbano essere esclusi in quanto sono da ritenersi outlier, constatazione questa che possiamo trarre leggendo in modo incrociato i dati riportati nella figura 1, dove emerge che entrambe le province hanno contribuito all'indagine solo con l'1% degli intervistati, un numero troppo esiguo (quindi non rappresentativo della popolazione della provincia) per considerare i due dati riportati significativi e quindi utili per un raffronto territoriale.

Concentrandoci, quindi, solo sui dati che è possibile raffrontare emerge come le province della Romagna sprecano poco meno del 20% rispetto alla media regionale, mentre le province dell'Emilia sprecano mediamente più del 5% rispetto alla media regionale.

Altri dati interessanti emergono dall'analisi che contrappone le aree che possiamo considerare urbane con quelle che possiamo considerare rurali. Le prime sprecano 610,93 g/pro-capite/settimana (~ 5% in più rispetto alla media regionale), mentre le seconde sprecano 554,01 g/pro-capite/settimana (~ 5% in meno rispetto alla media regionale) differenza significativa dal punto statistico (dal test di Kruskal-Wallis emerge un p-value di 0,009). Tale differenza tende a confermare quanto la letteratura internazionale mette in evidenza, e cioè che chi abita in zone rurali tendenzialmente spreca meno di chi vive in città. Altro dato piuttosto interessante, e che va però in direzione opposta a quanto la letteratura internazionale sottolinea, è il fatto che le famiglie con figli tendono a sprecare, sempre con riferimento pro capite, di più rispetto a quelle senza figli. Le prime infatti mediamente pro capite sprecano 612,8 g/settimana, le seconde invece sprecano mediamente pro-capite 558,99 g/settimana.

Passando ad analizzare quelli che sono i cibi maggiormente sprecati è possibile notare subito come non vi siano differenze con quanto emerge da altre indagini condotte a livello nazionale (indagini WWI: <https://www.sprecozero.it/waste-watcher/>), sia in termini di tipologie di cibo maggiormente sprecati che in termini di quantità sprecate.

Tabella 1: Alimenti maggiormente sprecati e peso relativo in grammi/pro-capite/settimana

PRODOTTO	Grammi/pro-capite/settimana
Frutta fresca	23,97
Insalate	20,32
Verdure	19,98
Cipolle, aglio e tuberi	19,64
Pane fresco	18,81
Formaggi (stagionati, semistagionati...)	16,8
Prodotti colazione	16,2
Latticini	15,62
Latte e yogurt	15,95

Passando ad analizzare le cause dello spreco possiamo sicuramente affermare che a livello regionale c'è un certo accordo sulle ragioni che stanno alla base del perché all'interno delle mura domestiche una parte del cibo finisce nel bidone della spazzatura. Le piccole differenze riscontrabili in alcuni casi (veramente molto ridotti), tra i diversi territori, le fasce di età, il ceto ecc., non presentano significatività per cui non verranno prese in considerazione nella presente analisi. Interessante inoltre notare come i dati che emergono dalla presente indagine sono perfettamente in linea con quelli che emergono dalle indagini fin qui condotte dall'osservatorio a livello nazionale (<https://www.sprecozero.it/waste-watcher/>). Per una migliore interpretazione dei dati che riporteremo qui di seguito, specifichiamo che le percentuali che riportiamo sono relative alla somma delle tre risposte “Sempre+Spesso+Qualche volta”.

Al primo posto, tra le ragioni che stanno alla base della formazione dello spreco alimentare domestico c'è il fatto che frutta e verdura nei luoghi di vendita spesso vengono conservate in frigo e quando vengono portate a casa vanno a male in breve tempo, il 48% dei rispondenti l'ha identificata come la prima causa. Al secondo posto viene individuata come causa dello spreco, il fatto che i cibi scadono o fanno la muffa, marciscono o si deteriora il loro odore/sapore, ciò è stato segnalato dal 41% dei rispondenti. Al terzo posto tra le ragioni per le quali viene gettato via il cibo all'interno delle mura domestiche, troviamo il fatto “che i cibi venduti sono già vecchi nel momento in cui

vengono messi in vendita”, tale causa è stata indicata dal 35% dei rispondenti.

Interessante è però confrontare le risposte a questa domanda, cioè perchè le capita di buttare via cibo, con una simile cioè quella in cui si è chiesto ai rispondenti perchè le altre famiglie sprecano il cibo. La risposta che ha fatto registrare la percentuale più alta (44%) è quella in cui si individua come causa dello spreco il fatto che le famiglie acquistano troppo cibo, al secondo posto troviamo, con il 40%, la risposta che sottolinea come i cibi scadono o fanno la muffa, marciscono o si deteriora il loro odore/sapore, al terzo si posiziona la causa legata alla cattiva pianificazione della spesa (37%) e al quarto e quinto posto il fatto che gli avanzi dei pasti precedenti non piacciono (27%) e che le altre famiglie non sanno conservare in modo corretto gli alimenti all'interno delle mura domestiche.

Il confronto tra le risposte a queste due domande fa emergere un dato interessante, cioè quando si chiede a qualcuno perchè spreca, la tendenza è quella di “giustificarsi” cioè di individuare cause che sono esterne al proprio comportamento, ad esempio i cibi venduti sono già vecchi, frutta e verdura si deteriorano. Mentre quando si chiede perchè gli “altri” sprecano si tende a “puntare il dito” sulle loro limitate capacità di relazionarsi in modo corretto con il cibo, e cioè: acquistano troppo, non pianificano in modo corretto la spesa, non conservano bene ecc.

Figura 4: Le cause dello spreco, La mia famiglia VS. Le altre famiglie



Passando all'analisi di quelli che sono gli effetti dello spreco alimentare emerge in modo interessante che gli aspetti economici sono prevalenti rispetto a quelli ambientali. Al primo posto tra gli effetti maggiormente indicati abbiamo lo spreco di denaro, cioè gettare via cibo comporta una

conseguente perdita di denaro per le famiglie (tale risposta è stata scelta dall'80% dei rispondenti). Gli aspetti etico-educativi seguono quelli economici, infatti al secondo posto (con il 78%) abbiamo che gli aspetti etici dello spreco alimentare sono indicati tra gli effetti più importanti seguiti con un 77% dall'esempio diseducativo che lo spreco di cibo dà ai giovani. Significativo (anche dal punto di vista statistico, dal test di Kruskal-Wallis emerge un p-value di 0,005) il fatto che i rispondenti con più di 65 anni abbiamo indicato questi due effetti tra i più importanti con una percentuale del 90%. Dall'analisi di questo gruppo di risposte emergono due dati interessanti che riteniamo utile mettere in evidenza. Due macro categorie, quella dei rispondenti compresi tra i 18 e 24 anni e la categoria di rispondenti appartenenti alla categoria “Popolare²”, presentano un atteggiamento del tutto simile nei confronti dello spreco. A quasi tutte le risposte alla presente domanda hanno palesate un atteggiamento di “scarso interesse” nei confronti degli effetti dello spreco nelle differenti sfere. Come detto in quasi tutte le risposte sono state registrate differenze in calo, in tutti i casi significative dal punto di vista statistico. Ciò sembra porre l'accento su una certa indifferenza delle conseguenze negative dello spreco sia dal punto di vista economico, che ambientale che sociale. È necessario sottolineare che i livelli di spreco, in termini di quantità di cibo sprecata pro-capite, di queste due macro categorie, non è significativo differente rispetto alla media del campione, per cui si può ipotizzare o che questo non sia un problema sentito oppure abbia un livello di “interesse” inferiore rispetto ad altre problematiche.

Analizzando quelli che sono i comportamenti da tenere per contrastare la formazione di spreco alimentare emerge in modo uniforme (non vi sono differenze significative tra le varie macro categorie rispetto alla media del campione), come una buona organizzazione nella gestione e preparazione del cibo risultano essere le azioni più importanti da intraprendere. Sapere in modo preciso ciò che c'è in dispensa o nel frigorifero (scelto dall'86% dei rispondenti), che i cibi devono essere tenute in ordine e organizzati (83%), pianificare di consumare prima i cibi che scadono prima (85%) consumando anche i cibi che sono scaduti da poco tempo (84%), valutando bene le dosi corrette per evitare la formazione di avanzi (84%), sono le azioni più importanti che vengono dichiarate come adottate dai rispondenti. Si evidenzia come il fare la lista della spesa (74%), fare un programma settimanale dei pasti (57%) e pesare tutti gli alimenti durante la preparazione dei pasti (71%) siano comportamenti meno adottati. Quindi sembra emergere come adottare comportamenti che prevedono un'organizzazione troppo puntuale non sono troppo “amati” dai rispondenti. Un ultimo dato piuttosto significativo è legato che solo il 48% dei rispondenti dichiara di portare a casa gli avanzi dei pasti consumati nei ristoranti, questa risulta essere una pratica ancora non entrata nei comportamenti abituali de consumatori (dato del tutto simile emerge anche per il campione

² Appartengono a questa macro categoria tutti coloro che hanno dichiarato di avere un reddito medio-basso

nazionale così come viene evidenziato dall'indagine WWI – Italia (<https://www.sprecozero.it/waste-watcher/>). Tra i giovani (18-24 anni) il doggy bag, invece, riscuote maggiore successo, infatti ben il 72% dei rispondenti appartenenti a questa categoria dichiara di richiederla quando non termina il cibo ordinato al ristorante.

In fine è molto interessante notare come la tecnologia non viene riconosciuta da rispondenti emiliano romagnoli (in questo caso anche dalle generazioni più giovani 18-24 e 25-43 anni) come una soluzione valida per prevenire e contrastare lo spreco alimentare. Solo tra il 3 al 5% dei rispondenti dichiara di utilizzare Applicazioni di vario genere (ad. es. To good to go, oppure di condivisione di prodotti, o ricettari on-line, o applicazioni di pianificazione, ecc.). Neanche la tecnologia applicata al frigorifero o alla dispensa risultano essere apprezzate infatti solo l'8% dei partecipanti al questionario ha dichiarato di apprezzarle. In questa dichiarazione di non utilizzo della tecnologia, probabilmente, influiscono i due anni di pandemia in cui il massiccio (e forse eccessivo) utilizzo dei dispositivi elettronici ha portato a questo rifiuto.

5 LE ABITUDINI DI ACQUISTO

Passando al blocco di domande legate alla sfera dei consumi alimentari e soprattutto alle abitudini di consumo andremo a cercare di capire quanto i consumatori emiliano-romagnoli sono attenti alla sostenibilità anche nel momento dell'acquisto dei prodotti alimentari.

Il primo aspetto affrontato è il luogo in cui i consumatori emiliano-romagnoli prediligono fare la spesa, possiamo sicuramente affermare che emerge un indirizzo unanime, infatti il 95% dei rispondenti predilige supermercati e ipermercati. Le ragioni possono essere tante, la diffusione sul territorio, la numerosità, il livello dei prezzi, le strategie di marketing adottate, ma non possiamo neanche scordarci del fatto che l'Emilia-Romagna è la terra della cooperazione al consumo e dei dettaglianti, quindi supermercati e ipermercati fanno parte in qualche modo della cultura di ogni consumatore di questi territori. Interessante notare come i rispondenti della macro categoria 18-24 prediligano super e ipermercato “solo” per un 78% differenza piuttosto significativa che se l'affianchiamo alla percentuale del 39% di coloro che hanno dichiarato di fare la spesa nei negozi di vicinato (il campione regionale si attesta ad un 28% complessivo) ci mette in evidenza come tra le nuovissime generazioni sembra in parte affievolirsi la cultura della cooperazione di cui abbiamo fatto cenno nelle righe sopra, ma forse anche la questione dei prezzi potrebbe non essere così cruciale tra le loro scelte e forse ci potrebbe essere una ricerca di un maggior rapporto personale diretto con il commerciante. Rimanendo su questo ambito i dati ci dicono che la macro categoria

“Ceto popolare” predilige solo con un 19% delle preferenze i negozi di vicinato, questo dato così basso pone sicuramente l'accento su come la convenienza degli acquisti e le promozioni in super e ipermercati gioca un ruolo importante nella scelta del punto vendita.

Questa prima domanda pone l'accento anche su un altro importante aspetto che ci viene posto all'attenzione con tre dati, solo il 12% dei rispondenti dichiara di fare la spesa con una certa frequenza nei mercati contadini, solo il 5% dichiara di considerare percorsi di filiera corta e solo l'1% fa acquisti attraverso i Gruppi di Acquisto Solidale. Sicuramente la frequenza e la diffusione di queste forme di vendita influiscono in modo importante la frequenza con cui vengono utilizzate, ma sembra proprio che in Regione non siano state in grado di incidere più di tanto.

Anche gli acquisti on-line di cibo non sembrano riscuotere grande consenso, solo un 5% dichiara di acquistare cibo sul web, probabilmente ancora si preferisce vedere e toccare con mano il cibo che si acquista.

Dopo il luogo in cui i consumatori emiliano-romagnoli vanno ad acquistare il cibo è stata indagata la frequenza con la quale si approvvigionano. Il 42% dichiara di recarsi a fare la spesa alimentare 2-3 volte la settimana mentre il 31% dichiara di fare una spesa a settimana. Interessante notare come le due macro categorie per età 18-24 e 25-34 ma anche la macro categoria di chi vive in ambito rurale dichiarano di fare la spesa in modo meno frequente cioè ogni 2-3 giorni nell'arco di 2 settimane. Incrociando i risultati di questa domanda con quella sulle quantità di spreco emerge un dato interessante cioè coloro che si recano ad acquistare un paio di volte a settimana sprecano meno tra un 20 e un 25%, rispetto alla media regionale, cosa che non accade tra chi dichiara di recarsi a fare la spesa con una maggiore frequenza.

In merito ad alcuni comportamenti che vengono adottati quando si fanno gli acquisti alimentari emerge come l'83% dichiara di portarsi da casa il sacchetto da utilizzare a fine spesa, tra le fasce di rispondenti più giovani (18-24 e 25-34) e chi vive in ambito rurale emerge come è meno attento a questo aspetto infatti solo tra il 71 e il 72% dichiara di portare da casa la shopper. È vero però, come evidenziato nella domanda precedente, come queste macro categorie di rispondenti sono quelle che si recano meno frequentemente a fare la spesa. Il 48% dei rispondenti afferma di preferire e quindi acquistare, prodotti alimentari sfusi per ridurre la produzione di rifiuti, in merito a questo aspetto i più virtuosi risultano essere i soggetti compresi fra 25 e 34 anni che in modo più compatto (60%) si dimostra più sostenibile per questo aspetto (dal test di Kruskal-Wallis emerge un p-value di 0,003).

Il 56% dichiara inoltre di acquistare i prodotti confezionati perchè trova nelle etichette le informazioni necessarie anche per la conservazione degli alimenti, mentre un 49% afferma di prediligere sempre i prodotti confezionati perchè permette loro di ridurre gli sprechi in quanto meglio conservati. Quest'ultimo aspetto sembra rafforzare il fatto che i consumatori emiliano-

romagnoli considerano una delle cause maggiori dello spreco il fatto che frutta e verdura sfuse conservate in frigo in modo non perfetto poi quando le portano a casa vanno amare. In fine tra i comportamenti adottati durante l'acquisto il 70% dichiara di fare acquisti frequenti (poco ma spesso) per ridurre gli sprechi, ma nel caso di acquisti frequenti (lo dichiara il 65% del campione) è attento alle date di scadenza, aspetto quest'ultimo particolarmente attenzionato da chi vive in ambito rurale (77%) e molto meno dal cosiddetto ceto popolare (54%).

In merito all'importanza che i consumatori danno al packaging e al materiale che prediligono, nello specifico per quello legato ai prodotti alimentari, dall'analisi emerge che il 44% delle preferenze va al packaging biodegradabile e compostabile con alcune differenze, chi vive in ambito rurale lo preferisce al 62% mentre tra rispondenti tra 18-24 anni la preferenza crolla al 26%, ma tra quest'ultima macro categoria, risulta maggiormente preferito il packaging composto da bioplastiche con un 16% delle preferenze, ed anche i rispondenti di età compresa tra 25 e 34 anni dichiara di preferirlo per un 13% (mentre il campione regionale si attesta solo al 5%), quindi i materiali più innovativi risultano essere maggiormente apprezzati dai più giovani che sicuramente hanno maggiore familiarità con l'innovazione. Il materiale riciclato è apprezzato dal 21% dei rispondenti con un picco, in senso negativo, tra chi vive in zone rurali che lo predilige solo nell'11% dei casi. In fine il cartone fa riscontrare un 20% di preferenze senza risultati significativamente differenti in nessuna delle macro categorie.

Rimanendo al packaging e analizzando quelli che vengono considerati elementi essenziali per fare dei contenitori alimentari dei buoni contenitori, la più importante è quella di riportare in modo chiaro ed evidente la data di scadenza. Il 46% dei rispondenti la considera come caratteristica imprescindibile per definire la qualità del packaging. Questo aspetto risulta essere poco apprezzato dalle macro categorie di più giovani (sia 18-24 che 25-34 anni) che lo indicano solo nel 35% dei casi, forse meno attenti per questo aspetto in quanto sono anche le classi di età che hanno dichiarato di consumare il cibo anche se scaduto da poco tempo. Altri aspetti che rendono di buona qualità il packaging sono tutte le informazioni che lo stesso è capace di veicolare, da quelle relative alla composizione dello stesso (38%) a quelle invece relative agli ingredienti degli alimenti contenuti (35%) oppure alle istruzioni di conservazione del prodotto (29%). Sono considerate meno interessanti aspetti più funzionali come la facilità di maneggiamento e utilizzo (22%) oppure integrazione di componenti tecnologiche (22%) e il design dello stesso (11%). Quindi la qualità del packaging è legata alla capacità e chiarezza di informazione che lo stesso è in grado di dare al consumatore, in primis in materia di sicurezza igienico-sanitaria, in secondo luogo in materia ambientale. Vi sono alcuni piccoli scostamenti (significativi però dal punto di vista statistico) per alcune macro categorie su alcuni aspetti. Ad esempio il ceto popolare risulta essere meno interessato

alle informazioni relative alla composizione del packaging e alle comunicazioni relative agli aspetti qualitativi del prodotto.

L'ultima domanda legata ai comportamenti di acquisto ci restituisce un consumatore che si considera pragmatico quando acquista il cibo, più attento al prezzo che alla qualità (60% dei rispondenti). Solo il 31% dei rispondenti considera il cibo di alta qualità molto importante e sarebbe disposto a spendere di più pur di avere la certezza della qualità. Naturalmente ci sono, anche in questo caso dei distinguo. Dal punto di vista delle fasce di età, abbiamo un cosiddetto “testa coda” infatti sia la fascia di età 18-24 che quella degli over 65 si dichiarano di essere disposti a spendere per la qualità in misura maggiore rispetto alla media regionale (tra il 40 e il 45%) così come i residenti nelle zone rurali (44%), mentre le fasce popolari ricercano la qualità solo per un 22% e dichiarano di avere altre priorità per un 16%, rispetto al 7% della media regionale. In generale quindi possiamo affermare che il periodo che stiamo vivendo, prezzi in costante aumento anche per i prodotti alimentari, inflazione in costante ascesa, stanno influenzando le scelte di acquisto anche degli alimenti, per i quali vengono fatte oggi più di prima valutazioni di acquisto più considerando i prezzi che sulle caratteristiche organolettiche degli stessi, aspetti questi che comunque il consumatore ricerca nelle etichette presenti nel packaging dei prodotti stessi.

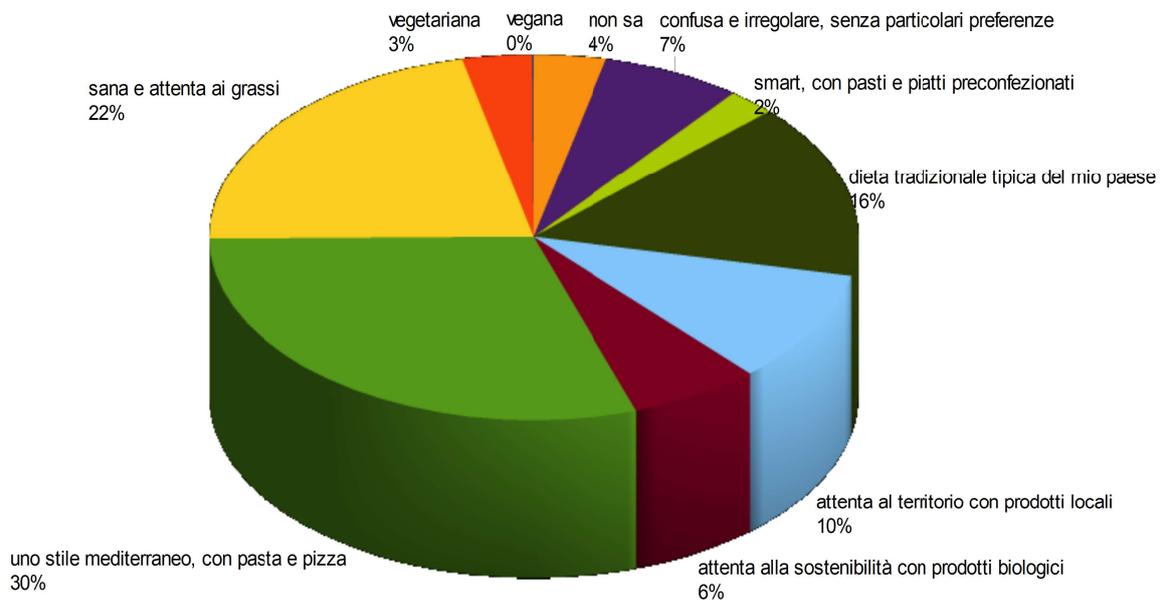
6 LE ABITUDINI DI CONSUMO

L'analisi degli stili alimentari degli emiliano romagnoli ci mette in evidenza aspetti interessanti anche se ci restituiscono una fotografia scarsamente variabile sul territorio, per fasce d'età, e aspetti reddituali, naturalmente con alcuni piccoli distinguo, che metteremo in evidenza.

Il 46% dichiara di adottare uno stile di alimentazione mediterraneo o tradizionale, mentre un 28% afferma di seguire un'alimentazione attenta alla salute e all'ambiente. Quindi, almeno nelle dichiarazioni gli emiliano romagnoli, per circa tre quarti del campione, sembra seguire stili alimentari che tengono in considerazione aspetti di sicurezza sia personale che ambientale. Naturalmente, come accennato poco sopra, abbiamo alcuni distinguo. I rispondenti della fascia di età più giovane (18-24) dichiara di adottare una dieta confusa e irregolare, senza particolari preferenze (un 18% contro il 7% della media regionale) però allo stesso tempo la quota di chi dichiara di adottare uno stile alimentare attento alla sostenibilità utilizzando anche prodotti biologici è maggiore rispetto alla media regionale (un 17% contro il 6%). Quindi possiamo affermare che nella fascia più giovane della popolazione abbiamo chi pone poca attenzione al cibo chi invece non solo dimostra di essere consapevole di ciò che mangia ma che è pure attento agli effetti che le sue

scelte, in materia alimentare, provocano all'ambiente.

Figura 5: Come definiscono la loro alimentazione i consumatori emiliano-romagnoli



Assodata la percezione che i rispondenti hanno sul loro stile alimentare, interessante ora capire da dove gli stessi raccolgono le informazioni per formare la loro cultura alimentare. Come poteva essere facile prevedere la parte preponderante delle informazioni viene cercata e trovata nel Web ben il 65% dei rispondenti la identifica come la fonte principale. Rimanendo nell'ambito della rete i "Social" raccolgono il 24% delle preferenze, ma in tale ambito non possiamo non sottolineare come il 50% dei rispondenti della fascia di età 18-24 identifichi i social come fonte attendibile in materia di alimentazione. I due dati (web e social) sottolineano come se si vuole raggiungere le generazioni più giovani anche con informazioni sull'alimentazione e sul cibo, con il fine di educarli, non si può in alcun modo prescindere da questi due canali. In generale possiamo dire che i tradizionali e in qualche modo "storici" (anche se si tratta di una storia recente) canali di informazione quali giornali e TV/radio, segnano il passo rispetto ai canali telematici. I giornali fanno segnare un 26% delle preferenze mentre le TV/radio un 30%. I canali, che ai nostri occhi potevano sembrare i più autorevoli e capaci di veicolare informazioni più complete, quali enti pubblici e associazioni risultano essere quelli in assoluto meno utilizzati. Il primo fa registrare solo il 12% delle preferenze il secondo, addirittura, solo il 9% (nella fascia di età 18-24 solo il 3%). Aprendo un piccolo focus sulle popolazioni residenti in ambito rurale emerge come in controtendenza sia con la media nazionale sia con le fasce più giovani dei rispondenti fanno meno ricorso al canale web 53% (media regionale 65%) mentre si rivolgono in misura maggiore alle informazioni veicolate dagli Enti Pubblici facendo registrare un 22% delle preferenze (media regionale 12%).

Poco di interessante emerge, invece, dalla frequenza dei pasti fuori casa, il trend che ne scaturisce è che studenti universitari e lavoratori sono le persone che più frequentemente consumano pasti fuori dalle mura domestiche con frequenze variabile ma che vanno da 2-3 volte a settimana a 4-5 volte a settimana.

7 L' EDUCAZIONE ALIMENTARE E ALLA LOTTA AGLI SPRECHI

Nonostante abbiamo appena visto come i canali di informazione su alimentazione e cibo siano il web e i social, nel momento in cui si va a chiedere che cosa le Istituzioni Pubbliche dovrebbero fare con il fini di far acquisire una maggiore consapevolezza sui consumi alimentari, il 63% dei rispondenti identifica la scuola e i progetti che lì possono essere proposti, come il canale migliore. Un altro 60% viene fatto registrare da campagne di comunicazioni specifiche e in funzione di quanto premesso, i canali migliore per veicolarle sono sicuramente web e social.

La scuola quindi viene identificata come il canale più importante per veicolare educazione alimentare e di contrasto allo spreco alimentare, ma non sembra un canale utilizzato in modo continuativo e duraturo, infatti ben il 48% dei rispondenti afferma che i proprio figli a scuola non hanno mai partecipato a iniziative/progetti di educazione alimentare o sullo spreco alimentare, e un altrettanto 40% dichiara che gli insegnanti dei loro figli non hanno mai trattato i temi legati all'educazione alimentare o allo spreco alimentare. Considerando che in entrambi i casi il 15% dei rispondenti dichiara di non saper rispondere a queste due domande solo in poco più del 30% dei casi insegnanti o scuola affrontano queste tematiche nelle ore scolastiche.

In conclusione, purtroppo la “nota dolente” cioè ben il 92% dei rispondenti dichiara di non essere a conoscenza di progetti regionali di educazione alimentare/prevenzione dello spreco alimentare e di iniziative istituzionali per il recupero degli alimenti invenduti. Forse non sono stati utilizzati social e web per la loro divulgazione.....