Family bag, c'è ancora imbarazzo a portare a casa il cibo avanzato

doggy-bag-ccf04902

Trasformare la **doggy bag** in una **piacevole abitudine**. Questa la mission messa in campo da **Fipe - Federazione Italiana Pubblici Esercizi** e **Consorzio Comieco** - Consorzio per il Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica nell'appuntamento organizzato oggi a **Tuttofood**. Un talk show che ha visto la presenza di Fipe, Comieco, **Carlsberg Italia, Just Eat e Regusto** per evidenziare il ruolo strategico della doggy bag nella lotta agli sprechi alimentari nel fuoricasa.

Punto di partenza del dibattito è stata una recente ricerca condotta da **Last Minute Market** da cui emerge che **il 41% degli italiani non chiede ai ristoratori di portare a casa il cibo e le bevande avanzate** o non consumate semplicemente **per imbarazzo**. "La doggy bag è una pratica virtuosa, amica dell'ambiente e da richiedere senza alcuna vergogna. - commenta **Lino Enrico Stoppani**, presidente di Fipe - Su questo punto serve un'evoluzione reciproca: come Fipe stiamo avviando un percorso con lo scopo di **mettere in pratica un'operazione soprattutto culturale**, in modo che portare a casa cibi e bevande non consumate al ristorante non sia un imbarazzo per i clienti e un problema organizzativo per i ristoratori. Se la doggy bag diventasse una pratica consueta, con il contributo di partner come Comieco e anche grazie alla **nuova legge entrata in vigore sul tema dello spreco**, si potrebbe contribuire significativamente a recuperare una quantità significativa di derrate alimentari che anziché finire nell'immondizia potrebbero diventare risorse a disposizione della comunità".

A questo proposito Comieco presso lo spazio Fipe a Tuttofood presenta il progetto "**Se avanzo mangiatemi**" (ideato in collaborazione con **Slow Food**), nato con lo scopo di ridurre le quantità di alimenti buttati via e di stimolare un cambio di mentalità nei ristoratori e nei clienti attraverso la promozione dell'uso di doggy bag di design. Il Consorzio, insieme a un team di professionisti, tra designer e illustratori coordinati dall’architetto **Michele De Lucchi** e da **Andrea Kerbaker**, ha realizzato una **collezione di contenitori per gli avanzi di cibo e bevande** che impreziosiscono lo

spazio della Federazione a Tuttofood. Sono oltre 50mila le doggy bag prodotte e distribuite da Comieco ai circa 200 ristoranti italiani che hanno aderito al progetto, 147 dei quali in Lombardia.

"Dopo gli importanti risultati raggiunti da Comieco in 30 anni di raccolta differenziata di carta e cartone (oggi in Italia ben 8 imballaggi cellulosici su 10 vengono riciclati), abbiamo scelto di mettere a disposizione la nostra esperienza nella progettazione e realizzazione di packaging sostenibili e il nostro impegno nella valorizzazione delle risorse a partire da elementi di scarto in una nuova sfida: quella contro lo spreco alimentare - spiega il direttore generale di Comieco **Carlo Montalbetti** -. L'imballaggio, oltre a contenere un dato alimento, è anche il suo primo biglietto da visita, lo protegge, ne prolunga la conservazione: per questo **il packaging è un alleato importante** in uno scenario in cui diventa fondamentale pensare e agire in modo sostenibile per preservare le risorse del nostro pianeta e combattere gli sprechi. Basti pensare che ben il 58% degli imballaggi cellulosici immessi al consumo in Italia sono legati al settore alimentare, un numero che può far capire quanto sia importante l'innovazione da questo punto di vista. Attraverso le nostre doggy bag, completamente riciclabili perché fatte in cartone, e anche grazie alla collaborazione con Fipe, ci proponiamo di promuovere una **cultura di responsabilità**, affinché diventino uno strumento utile e quotidiano che aiuti gli italiani a cambiare mentalità e diffondere un nuovo comportamento sostenibile verso la riduzione degli sprechi".

Gli italiani e la family bag - La pratica di richiedere la doggy bag per portare a casa gli avanzi ha origini straniere, ma la tendenza sta iniziando a prendere piede anche in Italia, come dimostrano i tanti progetti che stanno nascendo in questi ultimi anni, a partire dal progetto “Se avanzo mangiatemi” di Comieco per arrivare fino alla “**Foody Bag**” distribuita da Confcommercio a Milano proprio in occasione della **Food Week**.

Entrando nel merito della ricerca emerge che ben il 92% dei clienti complessivamente ritiene che lo spreco di cibo all'interno dei ristoranti sia dovuto al fatto che **la gente non mangia tutto quello che ordina**. La doggy bag viene considerata positivamente con percentuali pressoché plebiscitarie: il 95% la considera giusta per non sprecare cibo già pagato; per il 93% è importante per contenere gli sprechi alimentari; il 94% la ritiene utile, e l'87% facilmente attuabile. L'indagine sulla clientela tocca anche il tema della **disponibilità dei ristoratori**: sulla base delle esperienze dichiarate emerge che circa il 60% dei ristoratori si è reso più o meno regolarmente propenso a preparare la doggy bag. Tuttavia, come anticipato, i clienti mostrano alcune remore: il 41% prova imbarazzo, mentre un 24% ritiene arbitrariamente che i ristoratori non siano attrezzati; da segnalare inoltre un 15% che dichiara di non sapere dove riporre e conservare gli alimenti, e un 12% che avanza il cibo perché non lo ha apprezzato.