



## **#IORESTOACASA E RIDUCO LO SPRECO, MANGIANDO MEGLIO. ITALIANI E CIBO**

**IN TEMPI DI LOCKDOWN GLI ITALIANI STRINGONO UN PATTO COL CIBO: LO SPRECO ALIMENTARE SCENDE A 430 G SETTIMANALI (TENDENZA IN CALO), 7 ITALIANI SU 10 AI FORNELLI, PIU' ATTENZIONE ALLA QUALITA' DEL CIBO ACQUISTATO MA ANCHE A PREVENIRE I RIFIUTI, FLOP DEL FOOD DELIVERY CHE 1 ITALIANO SU 2 RIFIUTA DI PRATICARE. A SORPRESA 4 ITALIANI SU 10 CONSERVANO LO STESSO PESO, MA PER GLI ALTRI 6 CI SARA' DA RIMETTERSI IN FORMA. I DATI DEL**

**RAPPORTO #IORESTOACASA DELL'OSSERVATORIO WASTE WATCHER.**



ROMA – Il **patto degli italiani col cibo** è probabilmente una delle conquiste più significative del lockdown affrontato nelle ultime settimane: il cibo non solo come

acquisto-rifugio per l'impossibilità di concedersi altri svaghi, ma come **scelta consapevole** per la propria salute e il benessere. Tanto che **nel lungo isolamento fra le mura di casa l'aumento del cibo in dispensa ha generato contenimento degli sprechi e non ha prodotto aumento di rifiuti**. Sono i dati del **Rapporto #iorestoacasa 2020 dell'Osservatorio Waste Watcher di Last Minute Market / SWG**, diffusi dalla campagna **Spreco Zero all'alba della fase 2**, quando l'auspicio è di lasciarsi alle spalle la rigida "quarantena" per cercare di ripartire, con le corrette norme di sicurezza. **L'indagine Waste Watcher è stata condotta dal 29 aprile al 5 maggio su 1200 soggetti** secondo un campione statistico per sesso, età, macroaree di residenza, ampiezza del comune di residenza.

«Il primo dato rilevante è legato allo **spreco del cibo** – spiega il fondatore della campagna Spreco Zero **Andrea Segrè** - perchè in quarantena l'acquisto di generi alimentari è decisamente aumentato: **1 italiano su 3 ha fatto la spesa più frequentemente** e sempre 1 italiano su 3 ha acquistato maggiore quantità di cibo rispetto al passato. **Ma più ancora della quantità, cresce la qualità del cibo acquistato in lockdown per il 34% degli italiani**». Sul piano della tipologia di alimenti, gli intervistati sembrano dividersi equamente fra cibi freschi e cibi confezionati. **Proprio queste scelte di acquisto si sono tradotte in una maggiore attenzione alla gestione del cibo comprato: «è stimata infatti in 430 grammi la quantità del cibo sprecato a casa settimanalmente** – annuncia Segrè - un dato coerente con il trend registrato dal rapporto Waste Watcher 2020 (diffuso in occasione della Giornata nazionale di prevenzione dello spreco, 5 febbraio), quando il calo di spreco era stato di ca il 25% rispetto al 2019». **Monitorando lo spreco di una sola giornata, nulla finisce nella pattumiera per 6 italiani su 10 (61%)**. Ma **cosa abbiamo sprecato, soprattutto, in periodo di quarantena?** In termini di frequenza, **verdura e frutta restano in testa alla 'hit'** degli sprechi, seguite da pasta e riso cotto, prodotti in scatola, carne e pane. **In termini di quantità, invece, è soprattutto il pane a pesare con 40g in media per porzione gettata**, seguono i legumi (37 g), prodotti in scatola (34 g) e quindi frutta e verdura (32 g e 31 g).

**Fra le notizie più significative del periodo di lockdown c'è lo scarso utilizzo da parte degli italiani del food delivery, che non ha sfondato in quarantena: quasi 1 italiano su 2 (48%) dichiara a priori di non volerlo praticare**, e per chi invece prevede la possibilità di farsi recapitare a casa del cibo pronto la periodicità è estremamente diradata: meno di una volta a settimana per 1 italiano su 3 e da 1 a 6 volte per 1 italiano su 5 (20%).

Al contrario, **non stupisce che nelle settimane di lockdown sia stata la cucina ad appassionare nelle case**: se 1 italiano su 3 dichiara di aver dedicato alla preparazione del cibo lo stesso timing della "vita" precedente, **ben 7 italiani su 10 si sono cimentati ai fornelli con frequenza più rilevante rispetto a prima**, e ben 4 su 10 lo hanno fatto con rilevanza estremamente superiore rispetto al passato. Il cibo, in ogni caso, è sempre meglio "guardarlo negli occhi", al momento dell'acquisto: **meno di 1 italiano su 5 (18%) si è affidato agli acquisti online, per 3 italiani su 4 (76%) la meta di riferimento resta il supermercato**, e per 4 italiani su 10 i negozi al dettaglio (fruttivendoli, forni, macellai, pescherie ecc), se praticabile il mercato rionale per 1 intervistato su 10. Per i pochi che scelgono l'acquisto online, è **Amazon (o simili) a fare la parte del leone per ben 1 italiano su 2 (50%)**, mentre per altri 4 acquirenti on line su 10 la scelta ricade sullo stesso supermercato, tramite consegna (44%), 1 su 4 sceglie produttori locali (24%).

**A sorpresa, il confronto con la bilancia è un po' meno drammatico del previsto: 4 italiani su 10 (41% degli intervistati) dichiarano di aver conservato lo stesso peso** che avevano prima della quarantena, **per gli altri 6 si profila invece un periodo di regime alimentare controllato: 1 su 4 ha preso oltre 2 kg (24%),** e 1 su 5 ha contenuto l'aumento di peso entro i 2 chili. Ma c'è persino chi dichiara di essere dimagrito, poco meno di 1 italiano su 10 (8%).

**Nella parte a valle della filiera del cibo ci sono i rifiuti: e gli italiani in lockdown hanno prestato grande attenzione a non farsi sommergere da quel che resta del cibo. Per 1 italiano su 2 (50%) la quantità di rifiuti è rimasta la stessa del periodo ante-quarantena.** Per 1 italiano su 5 (19%) la quantità è scesa fra i 300 e i 500 grammi in oltre 6 casi su 10), e per 1 intervistato su 4 (24%) la quantità è aumentata fra 300 e 500 grammi settimanali in 1 caso su 2).

**L'Osservatorio Waste Watcher** si è costituito per iniziativa di Last Minute Market / SWG in partnership con EXPO 2015, per fornire strumenti di analisi dello spreco di cibo e delle abitudini alimentari degli italiani, insieme agli impatti di natura sociale, ambientale, economica. Nel tempo il raggio di osservazione dello spreco alimentare e delle abitudini di acquisto e gestione del cibo a livello domestico è stato sistematicamente collegato all'impatto in ottica di sviluppo sostenibile ed economia circolare. La veicolazione dei dati avviene nell'ambito della campagna di sensibilizzazione Spreco Zero.

**Info e dettagli: [sprecozero.it](http://sprecozero.it)**

**[ufficiostampa@volpesain.com](mailto:ufficiostampa@volpesain.com)**