

MIND
THE
WASTE

Osservatorio sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane

Executive Summary | Rapporto 2013



WASTE



WATCHER

OSSERVATORIO
SUGLI SPRECHI ALIMENTARI
DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Waste Watcher
è un progetto di
Last Minute Market Srl



Survey partner SWG  **SWG**

Indice

2

Waste Watcher, il futuro non è un “bidone”

5

Descrittive dello spreco alimentare

9

Gli spreco-tipo degli italiani 2013

15

Caratterizzazione dello spreco medio settimanale in famiglia:
identikit di chi spreca di più e di meno

19

Verso l'identificazione di un modello causa-effetto
dello spreco alimentare

21

I provvedimenti suggeriti dagli italiani:
una segmentazione per tipologie di somiglianza

25

Appendice tecnica del sistema di surveying
a cura di SWG

Waste Watcher, il futuro non è un “bidone”

Rifiuto, scarto, spreco, ma anche devastazione e distruzione: una polifonia di significati che l'inglese, lingua concreta e pragmatica, mediatore comune in campo scientifico, riassume in un unico termine essenziale: Waste.



Ma perché rifiutiamo, scartiamo, sprechiamo? Cosa ci spinge a un gesto che in ogni cultura è considerato negativo, non a caso diciamo *“avere le mani bucate”*, fino a considerarlo immorale? Lo spreco richiama nel linguaggio comune lo sperperare, il dissipare, lo scialacquare, il trattare male qualcosa che meriterebbe al contrario più attenzione e cura: a partire dal cibo, bisogno primario essenziale, che consumiamo nelle nostre economie, cioè, letteralmente, nelle nostre case.

È proprio questo l'anello “debole” della filiera agroalimentare.

Allora per capire cosa accade nelle nostre economie domestiche abbiamo costituito un “osservatorio” che fa da “sentinella” agli sprechi fra le quattro mura: **Waste Watcher**.

L'osservatorio sullo spreco domestico è stato promosso da **Last Minute Market**, spin off dell'Università di Bologna, in collaborazione con **SWG**, società di ricerche di mercato, e i **Dipartimenti di Scienze Statistiche e Scienze e Tecnologie agroalimentari dell'Università di Bologna**.

Waste Watcher si propone di fornire alla collettività strumenti di comprensione delle dinamiche sociali, comportamentali e degli stili di vita che generano e determinano lo spreco delle famiglie, al fine di costituire una base di conoscenza comune e condivisa, in grado di orientare le politiche e le azioni di prevenzione dello spreco alimentare degli attori pubblici e privati.

I primi risultati di Waste Watcher 2013 sono stati presentati al Circolo della Stampa di Milano il 9 ottobre 2013; di seguito potete leggere l'executive summary.

L'idea di Waste Watcher nasce alla fine del 2012 come risultato di una ricerca sullo spreco domestico promossa da Last Minute Market in collaborazione con **l'Istituto per la salute e la protezione dei consumatori della Commissione Europea** (uno dei sette istituti del “Joint Research Center” della Commissione, con sede ad Ispra) e il **Karlsruhe Institut für Technologie**.

Waste Watcher ci rivela che nel 2013 lo spreco domestico è costato agli italiani **8,7 miliardi di euro**: una cifra vertiginosa, che deriva dallo spreco settimanale medio per famiglia di circa 213 grammi di cibo, gettato perché considerato non più edibile, al costo di **7,06 euro** settimanali.

A finire nel bidone della spazzatura non sono soltanto gli euro ma anche le risorse naturali, suolo, acqua, energia, utilizzate per produrre, trasformare, distribuire e poi smaltire.

Il bidone scoppia e per intervenire è necessario conoscere e comprendere a fondo le cause: ecco perché è importante indagare il comportamento degli italiani, entrare nelle nostre economie domestiche.

Waste Watcher si inserisce in un percorso avviato da Last Minute Market, oggi spin-off accademico dell'Università di Bologna, alla fine degli anni '90 con ricerche e progetti per la riduzione degli sprechi e la prevenzione di rifiuti, con particolare riferimento al comparto agro-alimentare.

Negli ultimi anni, in particolare a partire dal 2010, Last Minute Market ha lanciato la campagna europea **Un anno contro lo spreco**, patrocinata dal **Parlamento Europeo-Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale**, con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica e la politica sul problema degli sprechi alimentari e, più in generale, dell'utilizzo

insostenibile delle risorse naturali.

Ogni anno, la campagna ha posto l'accento su un tema diverso: il 2010 è stato l'anno dello spreco di cibo, il 2011 quello dello spreco di acqua (e in particolare dell'acqua "virtuale" contenuta nel cibo che sprechiamo) il 2012 quello dello spreco di energia, per arrivare al 2013 con "spreco zero", che ha posto l'accento sulla necessità di ripensare un modello economico costruito intorno all'assioma della crescita infinita.

Non è un caso che il target principale della campagna del 2014 saranno i "giovani" e il loro ruolo nella transizione verso un modello di "crescita intelligente, sostenibile e inclusiva".

"Un anno contro lo spreco" non si limita tuttavia ad analizzare il problema e ad attirare l'attenzione dell'opinione pubblica sulle cause e le conseguenze dello spreco, ma si rivolge direttamente alle istituzioni italiane ed europee affinché adottino, ognuno per quanto di loro competenza, gli strumenti e le misure necessarie a tradurre in pratica gli obiettivi della campagna.

Ne è un esempio la **Dichiarazione congiunta contro lo spreco alimentare** promossa nell'ambito dell'edizione 2010 con l'adesione di associazioni, imprese, uomini di scienza e cultura, alla base nel gennaio 2012 della Risoluzione del **Parlamento Europeo** su "Come evitare lo spreco di alimenti: strategie per migliorare l'efficienza della catena alimentare nell'UE".

Il dimezzamento degli sprechi alimentari entro il 2025 e l'istituzione dell'Anno europeo contro lo spreco alimentare sono due tra le principali proposte contenute nella Dichiarazione fatte proprie dalla Risoluzione.

A livello nazionale, il lancio della **"Carta per una rete di enti territoriali a Spreco Zero"** (la cd. "Carta Spreco Zero"), nell'ambito dell'edizione 2012 della campagna, ha visto in pochi mesi l'adesione di centinaia di Sindaci in tutta Italia (fra gli altri Pisapia a Milano, Fassino a Torino, Marino a Roma, Renzi a Firenze, De Magistris a Napoli, Merola a Bologna, Zanonato a Padova, Cosolini a Trieste etc...).

L'impegno è quello di rendere subito operative le indicazioni contenute nella Risoluzione del Parlamento europeo, sostenendo e promuovendo in primo luogo le iniziative di redistribuzione dei prodotti invenduti (o scartati lungo la filiera agroalimentare) alle categorie di cittadini al di sotto del reddito minimo ma anche istituendo sul territorio corsi e programmi educativi per aumentare la consapevolezza, la conoscenza e l'attenzione dei cittadini sugli impatti sociali, economici e ambientali degli sprechi.

Nel maggio 2013 la "Carta Spreco Zero" è stata al centro della **Green Week delle Venezie** con l'iniziativa di Padova **"1000 Sindaci a Spreco Zero"** volta ad estendere il coinvolgimento delle amministrazioni locali italiane ed europee verso gli obiettivi indicati nella Carta.

Dalla "Carta Spreco Zero" è nata in seguito l'associazione di Comuni, denominata **Sprecozero.net**, con l'obiettivo di sostenere e stimolare gli enti locali nella definizione e implementazione di misure concrete contro lo spreco nei territori amministrati.

Nel corso del 2013 dalla "Carta Spreco Zero" è nato anche il Premio **Vivere a Spreco**, un riconoscimento promosso dalla campagna nell'ambito di **"Trieste Next - salone europeo della ricerca scientifica"** per individuare, incoraggiare e promuovere le buone pratiche attuate dai Comuni in materia di sprechi alimentari ed efficienza nell'uso delle risorse. Fra le iniziative della campagna Un anno contro lo spreco va ricordato anche il format di Last Minute Market **"Primo non sprecare"**, avviato in collaborazione con **Radio2 Rai, Caterpillar**.

Si tratta di pranzi e cene realizzati, spesso da noti chef, con cibo di recupero dalla filiera agro-alimentare, e con prodotti stagionali e a "chilometri zero".

Degustazioni che sprigionano il fascino di un vero e proprio 'convivio', nel quale si condivide il cibo che altrimenti sarebbe diventato rifiuto, scarto, eccedenza, surplus, invenduto ... roba da buttare insomma. Ma attenzione: quel cibo è ancora perfettamente edibile e commercializzabile, non si tratta di cibo "avanzato".

Non sprecare va interpretato come una sorta di primo comandamento laico del nostro tempo di crisi: gettare il cibo ancora buono da mangiare non solo è peccato in tutti i sensi, ma è anche un costo economico, ecologico e sociale. Ridurre gli sprechi alimentari dev'essere dunque una priorità politica.

Ulteriori iniziative scandiscono annualmente la campagna di comunicazione **Un anno contro lo spreco**: la predisposizione dei rapporti scientifici **Libro nero dello spreco: il cibo (2011)**, **Libro blu dello spreco: l'acqua (2012)** e **Libro verde dello spreco: l'energia (2013)** pubblicati di anno in anno da **Edizioni Ambiente** sulla base dei monitoraggi condotti nel corso di ciascuna edizione.



Gli incontri e i dialoghi capillarmente organizzati in occasione di festival, eventi e rassegne intorno ai temi della sostenibilità, così come gli interventi nelle scuole, le giornate nazionali ed europee a tema; le conferenze sceniche ideate e prodotte dalla campagna, ovvero “-Spr+Eco”, con **Massimo Cirri** e “**Waterfront**”, con **Patrizio Roversi**. Sul piano internazionale, la campagna prevede iniziative di lotta allo spreco in Italia e all'estero nell'ambito del progetto europeo **FUSIONS** di cui Last Minute Market è partner insieme ad altre 20 organizzazioni provenienti da 13 paesi. Il Progetto FUSIONS (2012-2016), finanziato nell'ambito del settimo programma quadro di ricerca e sviluppo della Commissione Europea, è il più importante progetto internazionale di ricerca sul tema, strumento indispensabile ai fini della definizione di una nuova politica comune europea per il contrasto agli sprechi di cibo. La campagna prevede inoltre iniziative in sinergia con la “**SAVE FOOD Initiative**” della **FAO** come già in occasione del **Side Event** organizzato da Last Minute Market a Roma, in occasione della 145ª Sessione del Consiglio Generale della FAO del 4 dicembre 2012.

In conclusione, ci tengo a sottolineare che lo scopo di questo volume, non si limita alla raccolta ponderata di una serie di numeri, è più ambizioso, il nostro intento è quello di rendere evidenti, comprensibili e se vogliamo “umanizzate”, le cause che stanno all'origine dello spreco familiare, per contribuire al formarsi di una coscienza collettiva, evento indispensabile se non vogliamo che il prossimo futuro si trasformi in un “bidone”, per noi e soprattutto, per le generazioni che seguiranno.

Andrea Segrè

Presidente di Last Minute Market, spin off accademico dell'Università di Bologna

Descrittive dello spreco alimentare



Descrittive dello spreco alimentare

L'indagine di Waste Watcher (WW), a cura di SWG, è basata su un panel web di 2000 individui rappresentativo degli italiani. Il questionario WW è composto da un centinaio di domande e la durata è di circa 25 minuti. SWG affianca a WW un sistema di osservazione generale degli orientamenti valoriali degli italiani (nota tecnica del sistema di surveying in appendice). WW è una ricerca svolta scientificamente di tipo socio-economico basata su opinioni e autopercezioni, non su misurazioni oggettive né dello spreco, né di altre dimensioni. **Gli obiettivi sono quelli di studiare le cause sociali e comportamentali dello spreco al fine di generare conoscenza, cultura e supporto alla progettazione di azioni (pubbliche o private) volte alla riduzione dello spreco alimentare delle famiglie.**

Di seguito alcuni dei dati relativi alle domande del questionario strettamente rivolte allo spreco alimentare domestico.

Quanto spesso le capita di buttare avanzi o cibo che non considera più buono?	
Quasi ogni giorno	1%
3-4 volte alla settimana	4%
1-2 volte alla settimana	4%
Meno di una volta alla settimana	27%
Quasi mai	57%
Non saprei	2%

Quanto cibo direbbe che butta via nel corso di una settimana?	
Nulla	34%
Meno di 250 grammi	37%
Tra 250 e 500 grammi	16%
Tra 500 grammi e 1 kg	6%
Tra 1 e 2 kg	3%
Più di 2 kg	0%
Non saprei	4%

Più del 40% degli intervistati dichiara di buttare avanzi o cibo non più buono, il 14% lo fa almeno un volta a settimana. Le incidenze relative per ogni regione di residenza riflettono alcune differenze significative: in Campania solo il 47% non getta via cibo quasi mai, mentre in Liguria (68%) Sardegna (66%) e Lombardia (62%) tali percentuali risultano superiori al valore medio complessivo.

Il valore medio complessivo di cibo gettato settimanalmente corrisponde a 213 grammi.

Quando un alimento è scaduto, lei cosa fa di solito?	
Controlla che non sia andato a male e lo riutilizza	55%
Lo getta nella spazzatura	34%
Lo regala a qualcuno	2%
Lo usa per nutrire gli animali	7%
Altro	2%

La buona pratica di riutilizzare i prodotti scaduti, una volta controllato che non siano andati a male, è la più diffusa, ma c'è ancora un ampio margine di miglioramento.

Rispetto a due anni fa, la quantità di cibo che acquista ma non consuma è?	
Aumentata	3%
Diminuita	45%
Rimasta la stessa	45%
Non saprei	6%

Ritiene che la quantità di cibo che giornalmente viene buttato rappresenti, per il pianeta, un problema?	
Molto grave	45%
Abbastanza grave	45%
Non grave	6%
Per nulla grave	1%
Non saprei	4%

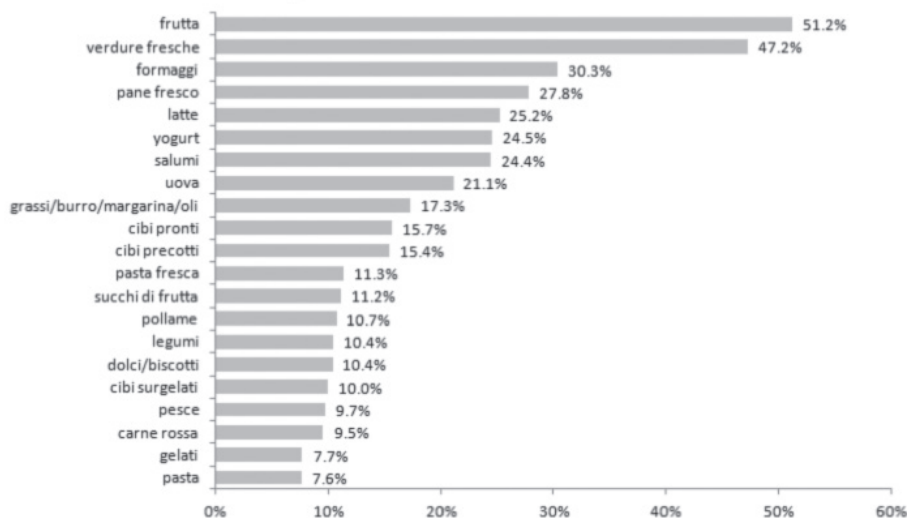
Il problema dello spreco alimentare la preoccupa?	
Molto	24%
Abbastanza	54%
Poco	16%
Per nulla	3%
Non saprei	4%

Vorrebbe essere maggiormente informato su quali sono le conseguenze dello spreco alimentare e sui sistemi utili a ridurre gli sprechi?	
Si molto	50%
Si in parte	39%
Non mi interessa	6%

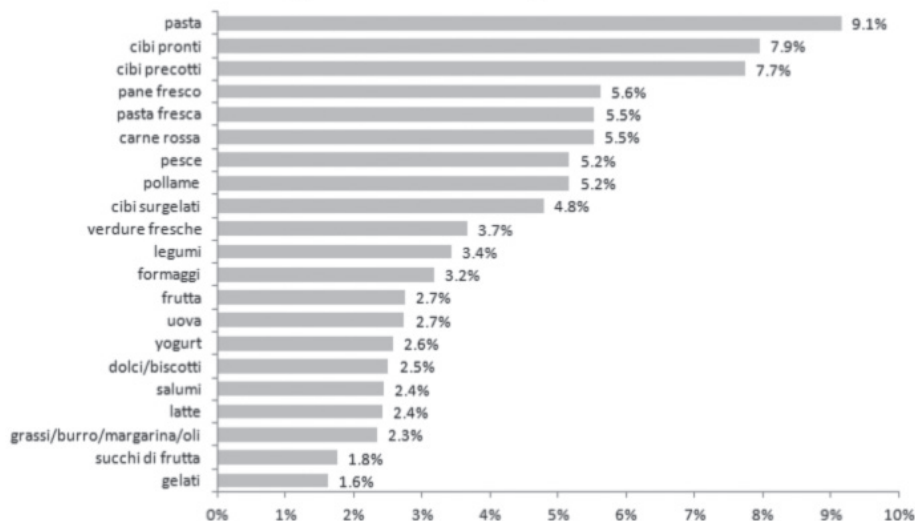
Il problema dello spreco alimentare è ampiamente riconosciuto e preoccupante: è comunque alta la richiesta di maggiore informazione sulle conseguenze e su come ridurlo.

Di seguito la classifica degli alimenti più “gettati via”, distinguendo tra quelli buttati prima e dopo la cottura:

Alimenti gettati via PRIMA DI CUCINARE



Alimenti gettati via AVANZI/CIBO COTTO



WW usa metodologie di esplicitazione delle relazioni di CAUSA-EFFETTO e di SEGMENTAZIONE delle opinioni: il fine è quello della Policy Segmentation (privata e pubblica) a partire dalle opinioni, dai bisogni e dalle idee dei cittadini.

Gli italiani sono diversi: l'efficacia delle politiche e delle azioni è massima solo se si differenzia l'approccio al problema secondo il target dei cittadini. Un primo esempio: le differenze territoriali sulle cause dello spreco.

I dati dell'indagine permettono di individuare se e come queste cause si caratterizzano in funzione delle abitudini alimentari e culturali del territorio di residenza.

Per questo motivo, sono state individuate quali sono le principali cause che caratterizzano le regioni italiane, ovvero quelle a cui corrisponde una maggiore incidenza relativa rispetto all'incidenza media che viene osservata in tutto il Paese, considerando ogni singola causa come indipendente dalle altre.



Abruzzo	Calcola male le cose che servono
	Ha cucinato troppo cibo
Puglia	Ha cucinato troppo cibo
	Calcola male le cose che servono
Calabria	Non le piacciono gli avanzi
	Ha acquistato cose che non le piacevano
	Ha cucinato troppo cibo
Campania	Ha cucinato troppo cibo
	Ne compra troppo
	Non ha un buon odore/sapore
Friuli Venezia Giulia	Frutta e verdura spesso sono conservate in frigo e quando le porti a casa vanno a male
Piemonte	Frutta e verdura spesso sono conservate in frigo e quando le porti a casa vanno a male
	Fa la spesa una volta alla settimana e spesso le cose non durano buone così a lungo
Veneto	Ha comperato confezioni troppo grandi
	Non ha un buon odore/sapore
	Ha fatto la muffa
Umbria	Ha comperato confezioni troppo grandi
Toscana	Ha fatto la muffa
Lombardia	Ha fatto la muffa
Emilia Romagna	Ha acquistato cose che non le piacevano
Sardegna	Ha acquistato cose che non le piacevano
	Ha sempre paura di non avere a casa cibo a sufficienza
Sicilia	Non ha un buon odore/sapore
	Non le piacciono gli avanzi
Basilicata	Non ha un buon odore/sapore
	Non saprei
Liguria	Ha sempre paura di non avere a casa cibo a sufficienza
Lazio	Fa la spesa una volta alla settimana e spesso le cose non durano buone così a lungo
	Ne compra troppa
Marche	Non saprei
	Altro
Molise Trentino Alto Adige Valle d'Aosta	Risultati nella media

Un primo blocco di Regioni del sud Italia (Abruzzo, Puglia, Calabria e Campania) si caratterizzano per una maggior frequenza della risposta “ho cucinato troppo cibo”: in questo caso la generazione dello spreco avviene nella fase finale del processo del consumo domestico, ovvero dopo la fase di acquisto e conservazione del cibo e a cui si può attribuire anche un maggior impatto ambientale (sono state impiegate risorse nella conservazione e nella cottura del cibo).

Nelle regioni del Piemonte e del Friuli Venezia Giulia, le principali cause sono invece quelle legate alla veloce deperibilità dei prodotti acquistati.

Esiste poi una questione legata alle “dimensioni troppo grandi delle confezioni” emersa come caratterizzante dell’Umbria e del Veneto: la generazione dello spreco in questo caso viene attribuito all’industria della distribuzione che, in prospettiva, potrebbe meglio adeguarsi alle esigenze dei suoi consumatori.

I cittadini residenti in Emilia Romagna e Sardegna attribuiscono la colpa invece maggiormente a se stessi e alle loro abitudini alimentari, a cui sono probabilmente molto legati: rispondono infatti, con maggior frequenza relativa, di aver acquistato cose che non piacevano.

Sicilia e Basilicata solo molto legate a fattori sensoriali quali l’odore e il sapore sgradevole del cibo rimasto.

In Liguria il fenomeno è caratterizzato dalla “paura di non aver a casa cibo a sufficienza”.

Il Lazio (dove il peso campionario della città di Roma è molto importante e alla quale probabilmente nelle waves prossime di WW verrà dedicata un’analisi specifica) risente molto dei problemi organizzativi del processo di acquisto, a cui viene dedicato spesso solo un giorno durante la settimana: probabilmente troppo poco per programmare bene gli acquisti di lungo periodo. Interessante il risultato delle Marche dove si concentrano le risposte quali “non saprei” o “altro”, indicative di una tendenza su cui potrebbe essere utile indagare più in profondità.

Le regioni quali Molise, Valle d’Aosta e Trentino Alto Adige hanno infine un comportamento in linea con quello medio di tutto il Paese e quindi non si connotano per alcuna motivazione di spreco.

Gli Spreco-Tipi degli italiani 2013



Gli Spreco-Tipi degli italiani 2013

Il focus del Rapporto 2013 di Waste Watcher è fortemente orientato a costruire una base analitica circa l'analisi delle cause generatrici dello spreco alimentare delle famiglie.

Tale base analitica potrà costituire nel tempo un solido riferimento per la costruzione e la validazione sia di politiche pubbliche che di azioni private volte alla riduzione dello spreco alimentare.

A partire dal nostro questionario rivolto al panel SWG (vedi appendice tecnica), è stata realizzata la prima segmentazione dei cittadini italiani in base alle motivazioni che loro stessi hanno indicato come cause determinanti la pratica del "buttare via del cibo".

Il questionario proponeva 14 diverse possibili cause e ciascun rispondente poteva segnalarne anche più di una.

Le possibili cause di spreco (possibili più risposte)	% di si
Ha fatto la muffa	38,94
È scaduto	32,31
Frutta e verdura spesso sono conservate in frigo e quando le porta a casa vanno a male	29,69
Non ha un buon odore/sapore	25,58
Ha cucinato troppo cibo	13,29
Calcola male le cose che servono	13,15
Fa la spesa una volta a settimana e spesso le cose non durano così a lungo	10,89
Non saprei	9,35
Ha comperato confezioni troppo grandi	8,32
Ha sempre paura di non avere a casa cibo a sufficienza	7,04
Ha acquistato cose che non gli piacevano	6,61
Altro	5,18
Ne compra troppo	4,99
Non le piacciono gli avanzi	4,02

A partire dalle combinazioni delle possibili cause dello spreco, così come naturalmente sono state generate dall'insieme dei rispondenti, è stato possibile individuare nove tipologie "naturali" di intervistati.

Poniamo l'accento sul fatto che le tipologie sono tali poiché, secondo un algoritmo di clustering, risulta che gli individui che vi appartengono hanno indicato la stessa combinazione di possibili cause.

Abbiamo definito ciascuna tipologia così definita come un particolare "Spreco-tipo" degli italiani.

Dopo una descrizione delle loro caratteristiche statisticamente salienti, a ogni tipologia di individui è stato attribuito un nome simbolico, che racchiudesse il più possibile proprio tali caratteristiche salienti.

La descrizione di ogni Spreco-tipo è stata dunque realizzata sia usando la domanda circa le possibili cause (che ha generato le tipologie), sia tutte le altre informazioni contenute nel questionario e le informazioni del "sistema" di osservazione SWG-SCENARI circa gli orientamenti valoriali degli italiani.

I nove Spreco-tipi rilevati vengono presentati e descritti seguendo un criterio legato a quanto ammonta lo spreco alimentare medio settimanale di ogni tipologia espresso in euro, così come dichiarato dagli intervistati stessi.

La tabella seguente riporta i nove Spreco-tipi indicati con il nome sintetico-evocativo e il valore medio dello spreco, sia definito in forma familiare, sia in forma pro-capite, ossia relativizzato con il numero di componenti della famiglia.

	Dati settimanali in €		
	peso %	spreco familiare %	spreco pro capite
Il sensoriale che getta solo se costretto	34,67	4,81	1,75
L'ignaro un po' marginale	6,01	4,84	1,65
Il nostalgico autoisolato, arreso e senza cause precise	5,21	5,06	1,61
Il cliente della spesa grande, ma tifoso del fresh	15,22	6,97	2,39
Il fanatico del cotto e mangiato	3,49	7,98	2,58
Il cuoco esagerato	13,19	8,16	2,81
L'illuso del packaging	6,86	9,66	3,24
Lo sperimentatore deluso	6,55	10,52	4,06
L'accumulatore ossessionato	8,49	12,16	4,37
Media generale		7,06	2,49

Delle nove tipologie, appare evidente che 4 presentano un valore dello spreco familiare più basso della media, il quale è dunque stimato in 7,06 € alla settimana.

Mediante opportuni calcoli, che tengono conto anche della struttura probabilistica del campione SWG-WWW, è possibile dunque affermare che l'ammontare dello spreco alimentare complessivo italiano varia dai 7,7 ai 9 miliardi di € all'anno.

Segue una descrizione delle caratteristiche salienti di ogni Spreco-tipo, mediante la tecnica del clouding: ciascuna tipologia è descritta mediante una nuvola delle cause dello spreco che la connota e la grandezza del testo è proporzionale al risultato di uno specifico test di significatività statistica.

Nella nuvola la descrizione è fornita sia per le cause caratterizzanti in positivo lo Spreco-tipo, sia per quelle caratterizzanti invece negativamente la tipologia.

Uno Spreco-tipo è dunque caratterizzato da un insieme di cause dello spreco definite come determinanti dai rispondenti, ma anche da un insieme di cause definite come non-determinanti dagli stessi rispondenti. Nella nuvola le parole scritte "alla rovescio" individuano quelle caratteristiche negativamente caratterizzanti.

Il sensoriale che getta solo se costretto



Si tratta dello Spreco-tipo che, in valore, getta via meno cibo di tutti (spreco familiare = 4,81 € settimanali, contro una media di 7,06 €). È costituito dal 35% degli italiani. Le caratteristiche di non-consumabilità oggettiva dei cibi (muffa, cattivo odore e sapore) sono le uniche (e forse estreme) possibili cause di spreco. Per questo diciamo che questi italiani gettano via solo "se costretti" da una oggettiva non fruibilità dei cibi in questione.



Non si tratta di italiani che cucinano troppo (sono molto decisi nel dirci no a tale possibile causa), né imputano alla grandezza delle confezioni lo spreco da loro generato.

Osservando le altre caratteristiche fra tutte le informazioni a disposizione, emerge chiaramente che si tratta di una tipologia attenta allo spreco:

-*"Quando un alimento è scaduto lei cosa fa di solito?" "Controllo che non sia andato a male e lo riutilizzo"*

Questa è una delle risposte connotanti questo Spreco-tipo. Si tratta di italiani che ritengono che

-*"La quantità di cibo che giornalmente viene buttato rappresenti per il pianeta un problema" "Molto grave"*

Altre risposte caratteristiche ad altrettante domande sono le seguenti:

-*"Rispetto a due anni fa la quantità di cibo che acquista ma non consuma è?" "Rimasta la stessa"*

-*"Le etichette apposte sulle confezioni sono secondo lei" "Abbastanza chiare"*

-*"Personalmente quante difficoltà riscontra nella gestione dei figli piccoli (asili/scuola/lavoro/tempo per sé)" "Nessuna"*

-*"Considerando che una mela, una banana uno yogurt o una porzione di pasta pesano circa 100-125 grammi, quanto cibo direbbe che butta via nel corso di una settimana?" "Nulla"*

-*"Personalmente quante difficoltà riscontra: nell'affrontare le difficoltà scolastiche dei figli?" "Nessuna"*

-*"Indichi se si riconosce nelle seguenti affermazioni: il frigo e la dispensa di casa mia sono spesso vuoti e se capita qualcuno è difficile mettere insieme una cena." "No."*

-*"Con quale frequenza acquista cibi precotti?" "Saltuariamente"*

Un profilo solido e di un italiano "medio" abbastanza responsabile ma di fatto anche legato al particolare momento di crisi economica.

-*"Con quale frequenza lei pranza a casa" "Sempre (ogni giorno)"*

-*"Quanti giorni di vacanza ha fatto personalmente nel corso dell'ultimo anno?" "Meno di 7"*

-*"Con quale frequenza si reca a Messa o la segue in televisione o alla radio?" "La domenica"*

-*"Grazie alla globalizzazione ben presto vivremo in un mondo senza confini. Lei è..." "Non saprei"*

-*"Generalmente Lei si collega ad Internet da..." "Da casa"*

-*"Lei ritiene che la Sua situazione economica complessiva negli ultimi 10 anni sia..." "Peggiorata"*

L'ignaro un po' marginale



È un gruppo di italiani che non sa quali possano essere le cause dello spreco.

E non lo sa perché probabilmente vive in una condizione piuttosto marginale.

È uno Spreco-tipo che non sa rispondere a buona parte dell'indagine SWG sugli orientamenti ed è emblematica l'assenza sostanziale di opinioni.

Tre esempi su tutte le risposte:

-*"Qual è il Suo titolo di studio?" "Media inferiore"*

-*"Lei sa la differenza tra la data di scadenza di un cibo e la dicitura '...da consumarsi preferibilmente entro...?' "No"*

-*"Quando i Suoi amici e conoscenti si mettono a discutere di politica Lei..." "Non ascolta perché non le interessa"*

L'età è leggermente più anziana ma non sembra una chiara determinante della tipologia.

Il nostalgico autoisolato, arreso e senza cause precise



Si tratta di una tipologia di italiani un po' chiusa e autoriflessiva in maniera quasi ossessionante.

Alcune risposte emblematiche:

-*"Quante ore al giorno mediamente Lei guarda la TV?" "Non guardo la TV"*

-*"Con quale frequenza si reca...: a teatro" "Raramente"*

-*"Alcune produzioni sono così importanti per il nostro paese, da meritare di essere protette da dazi. Lei è..." "Del tutto d'accordo"*

-*"C'è bisogno di maggior iniziativa privata nel settore della comunicazione (Tv e giornali). Con questa affermazione Lei è..." "Del tutto in disaccordo"*

-*"Personalmente quante difficoltà riscontra: nel vivere quotidiano nei ristretti spazi domestici?" "Molte"*

Il cliente della spesa grande, ma tifoso del fresh



È una tipologia che spreca quasi quanto la media del campione.

Quindi da osservare con attenzione.

Non solo perché è vicino alle media, ma anche perché appare in contraddizione fra uno stile di vita abbastanza frenetico, che si sviluppa fra lavoro e casa nelle periferie delle città del nord (di cui hanno un'identità forte, riconoscibile e a volte un po' autocelebrativa) e uno stile di acquisto legato alla grande distribuzione, della quale si lamentano della sua scarsa capacità di conservare soprattutto frutta e verdura.

Questo Spreco-tipo sembra un ottimo consumatore di prodotti freschi, di località vicine, è sensibile notevolmente ai temi di una sana alimentazione sostenibile, nonché più genericamente ai tempi ambientalisti.

Lo stile di alimentazione è caratterizzato dalla voglia di cibi freschi (tanta frutta e tanta verdura comunque) ma il loro bilancio di tempo li porta invece a non poter approvvigionarsi nella piccola bottega di quartiere. Alcune risposte emblematiche:

-*"Con quale frequenza acquista: verdure fresche?" "Una volta alla settimana"*

-*"Con quale frequenza lei cena a casa?" "Quasi sempre (6 giorni a settimana)"*

-*"Ritiene che la quantità di cibo che giornalmente viene buttato rappresenti per il pianeta un problema...?" "Abbastanza grave"*

-*"Quali delle seguenti informazioni le piacerebbe ricevere...notizie sui danni provocati dagli sprechi alimentari?" "Sì"*

-*"Quali delle seguenti informazioni le piacerebbe ricevere...chiarimenti sulla freschezza del prodotto?" "Sì"*

-*"Personalmente quante difficoltà riscontra nell'affrontare le difficoltà scolastiche dei figli" "Poche"*

-*"Lei ritiene che in futuro la Sua situazione economica sia destinata a..." "Migliorare"*

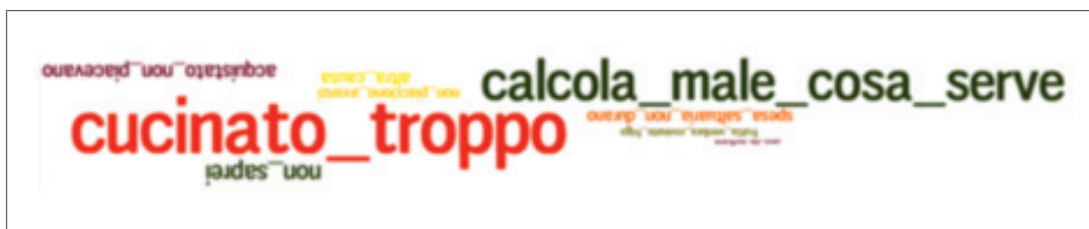
-*"Il Nord è l'unico motore dell'economia italiana. Lei è..." "D'accordo"*



Il fanatico del cotto e mangiato



Il cuoco esagerato



L'illuso dal packaging



Lo sperimentatore deluso



L'accumulatore ossessionato



Sopra sono riportate le etichette degli altri 5 Spreco-tipi, ossia di quei gruppi di italiani caratterizzati comunque da un valore dello spreco che tocca punte di 13 euro ca. alla settimana (è il caso di dell'Accumulatore Ossessionato).

Se ai 5 Spreco-tipi del box sopra si aggiunge la tipologia precedente “dei tifosi del fresh”, con uno spreco medio simile a quello globale, si raggiunge una percentuale della popolazione italiana davvero ragguardevole, ossia il 54% ca.

Le determinanti fondamentali sono diverse, ma sicuramente si tratta di italiani che in generale mostrano un tenore di vita medio-alto, con declinazioni del tempo, dello stile di vita, delle propensioni valoriali differenti (importante è anche il territorio in questa ottica), ma che denotano un livello di capacità di reazione importante a eventuali azioni politiche di supporto alla riduzione degli sprechi.

Tecnologia della conservazione, consigli per approvvigionamento e consumo migliore, packaging intelligente, possono sicuramente muovere l'attenzione di questi segmenti poiché quelli più marginali della popolazione, come visto, sono già a livelli minimi di spreco.

Ma qui emerge la contraddizione di fondo: più elevata è la partecipazione a modalità attive e moderne di vita sociale e maggiore sembra “il rischio” di generare spreco.

Caratterizzazione dello spreco medio settimanale in famiglia: Identikit di chi spreca di più e di meno



Caratterizzazione dello spreco medio settimanale in famiglia: identikit di chi spreca di più e di meno.

Lo spreco settimanale viene descritto sulla base delle diverse informazioni a disposizione suddividendole per macro categorie:

- le informazioni socio-demografiche,
- lo stile di vita e i comportamenti soprattutto legati all'alimentazione,
- gli orientamenti e le opinioni su varie tematiche più generali,
- gli orientamenti strettamente legati al tema dell'ambiente e dello spreco.

NOTA METODOLOGICA: la tecnica utilizzata per la rappresentazione dei risultati è quella del clouding, dove la grandezza della parola è indicativa del valore del test statistico della relazione.

ALTO SPRECO: le caratteristiche socio-demografiche



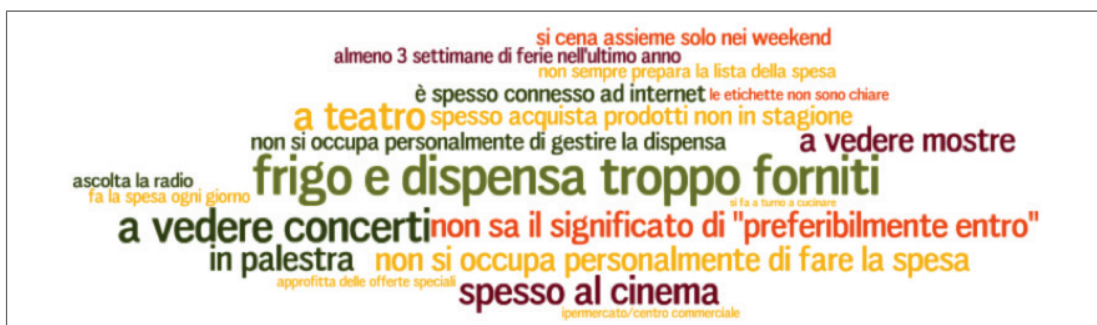
Nella fascia di coloro che dichiarano di sprecare molto si trovano con maggiore incidenza, rispetto all'incidenza media, coloro che in famiglia hanno figli con meno di 18 anni, maschi, con una situazione economica medio-alta, giovani, studenti, con intolleranze al glutine o allergie, occupati professionalmente, del Sud, con titolo di studio elevato e residenti in un grande comune.

BASSO SPRECO: le caratteristiche socio-demografiche



Viceversa troviamo nella fascia bassa della distribuzione della quantità sprecata di cibo coloro che con maggiore incidenza sono anziani, femmine, con coniuge in pensione, del Nord Est, in pensione, casalinghe, senza figli, con bassa scolarità.

ALTO SPRECO: stili di vita e comportamenti

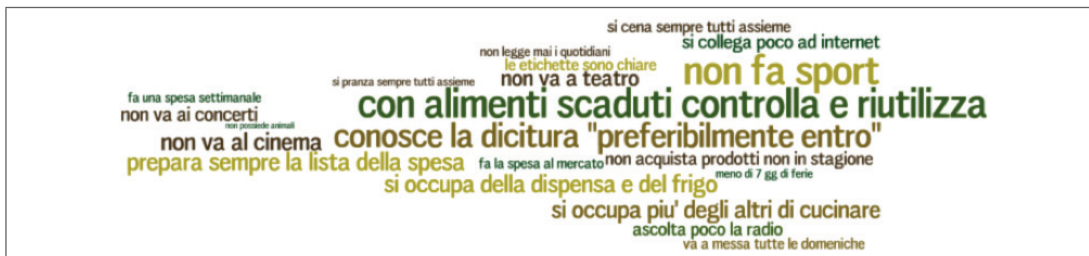


Rispetto allo stile di vita, troviamo una maggiore incidenza degli indicatori di un elevato stato di benessere: si tratta di coloro che vanno ai concerti, al cinema, a teatro e in palestra, sono sempre connessi ad internet e vanno in ferie almeno

3 settimane all'anno.

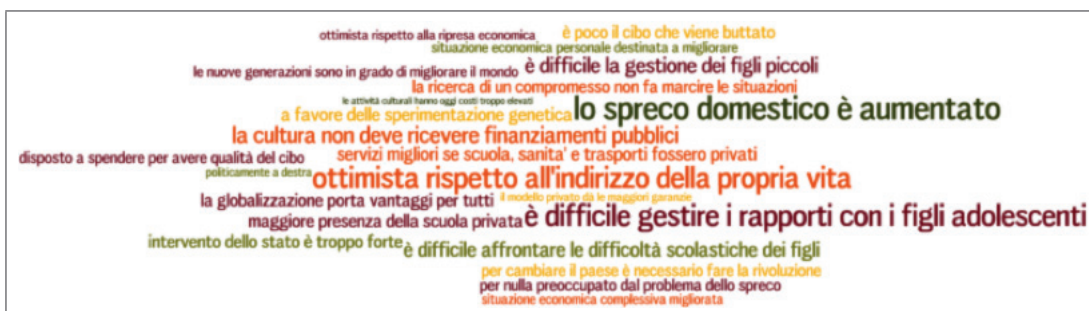
Rispetto ai comportamenti più direttamente legati al processo di acquisto e gestione del cibo si trovano coloro che hanno frigo e dispensa troppo forniti, non conoscono il significato corretto del "preferibilmente entro", non si occupano personalmente di fare la spesa e di gestire le dispense di cibo, che acquistano prodotti non in stagione, che solo qualche volta preparano la lista della spesa e che approfittano delle offerte commerciali.

BASSO SPRECO: stili di vita e comportamenti



Nella parte bassa della distribuzione si trovano coloro che non praticano sport, non vanno al cinema e a teatro, si connettono poco frequentemente ad internet, ascoltano poco la radio, vanno a messa tutte le domeniche, non leggono mai i quotidiani e fanno poche ferie. Più strettamente connesso ai comportamenti domestici, si caratterizzano coloro che riutilizzano gli alimenti scaduti, dopo averli controllati, conoscono il significato delle diciture "entro" e "preferibilmente entro", preparano sempre una lista della spesa, si occupano personalmente di gestire le scorte e di cucinare.

ALTO SPRECO: Orientamento e opinioni



Nella fascia alta di coloro che sprecano emergono quelli che hanno difficoltà nella gestione della vita di tutti i giorni: è difficile la gestione dei figli (dalla mera gestione di quando sono piccoli a quella dei rapporti e nell'affrontare le loro difficoltà scolastiche quando sono più grandi).

Un altro orientamento che emerge è quello dell'ottimismo sia rispetto all'indirizzo della propria vita e alla situazione economica propria e del Paese e di fiducia nei giovani. E infine coloro dall'orientamento liberista: la cultura non deve ricevere finanziamenti pubblici, servizi migliori se scuola, sanità e trasporti fossero dati ai privati, intervento dello stato troppo forte, si alla globalizzazione, orientamento politico verso destra. Rispetto al tema spreco di cibo la percezione è che la quantità di cibo scartata sia aumentata negli ultimi 2 anni, ma che comunque il cibo buttato sia poco e che quindi non si tratti di un fenomeno preoccupante.

BASSO SPRECO: Orientamento e opinioni



Coloro che dichiarano di non avere alcuna difficoltà nella gestione dei figli e in generale dello stress generano invece



quantità relativamente minori di spreco. La religione è un aspetto molto importante della vita e a maggior incidenza si trovano coloro che credono nella religione cristiano cattolica.

L'orientamento politico è quello a favore del pubblico: un forte intervento dello stato può garantire un maggior impulso, bisogna investire nella cultura e non deve essere favorita una maggiore presenza della scuola privata. C'è un forte sentimento di orgoglio italiano: il fatto di essere italiano e' un aspetto molto importante e relativamente al cibo, per far fronte alla crisi oggi e' necessario comprare prodotti italiani. Emerge l'orientamento al pessimismo: rispetto alla ripresa economica e alla paura di perdere il posto di lavoro.

ALTO SPRECO: gli orientamenti sul tema ambiente e spreco



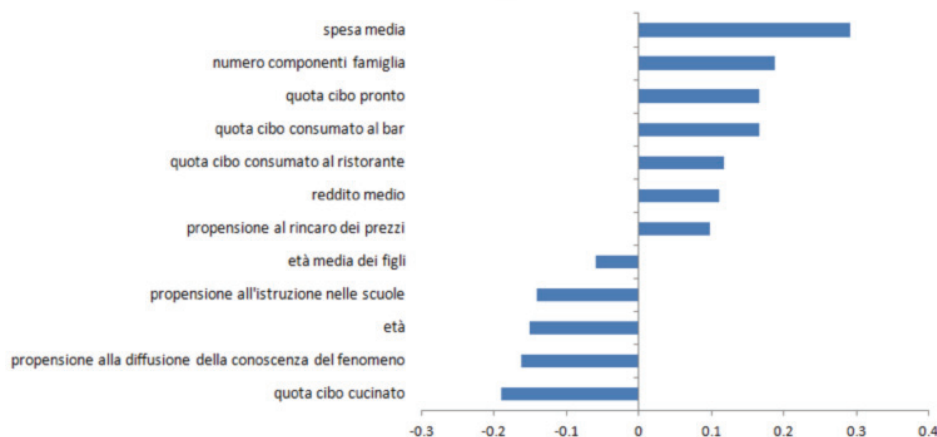
Una maggiore incidenza per livelli alti di spreco tra coloro che pensano che sviluppo sostenibile e difesa dell'ambiente siano solo una moda e che ci sia troppo allarmismo sui temi dell'ecologia. Una forte incidenza inoltre di coloro che non conoscono il compostaggio, che acquistano prodotti che vengono da lontano e che ritengono non grave il problema dello spreco domestico.

BASSO SPRECO: gli orientamenti sul tema ambiente e spreco



Chi invece ha una visione green più marcata, si trova nella parte basse della distribuzione del livello di spreco alimentare generato: sviluppo sostenibile e difesa dell'ambiente non sono solo una moda e non c'è troppo allarmismo quando si parla di ecologia. Lo spreco alimentare poi costituisce un grave problema che produce soprattutto proprio conseguenze ambientali. Maggiore incidenza tra coloro che non acquistano mai prodotti che vengono da lontano e conoscono il compostaggio.

Le correlazioni dello spreco alimentare



La relazione tra spreco medio e spesa media è positiva: all'aumentare della spesa aumenta la quantità di spreco generato. Stessa cosa accade per il numero di componenti della famiglia, con un'intensità della relazione però più bassa. Fa aumentare lo spreco anche l'aumentare della quota degli acquisti di cibo pronto, consumato al bar e al ristorante. La relazione è negativa invece con l'età: più si invecchia meno si spreca.

Verso l'identificazione di un modello causa-effetto dello spreco alimentare



Verso l'identificazione di un modello causa-effetto dello spreco alimentare.

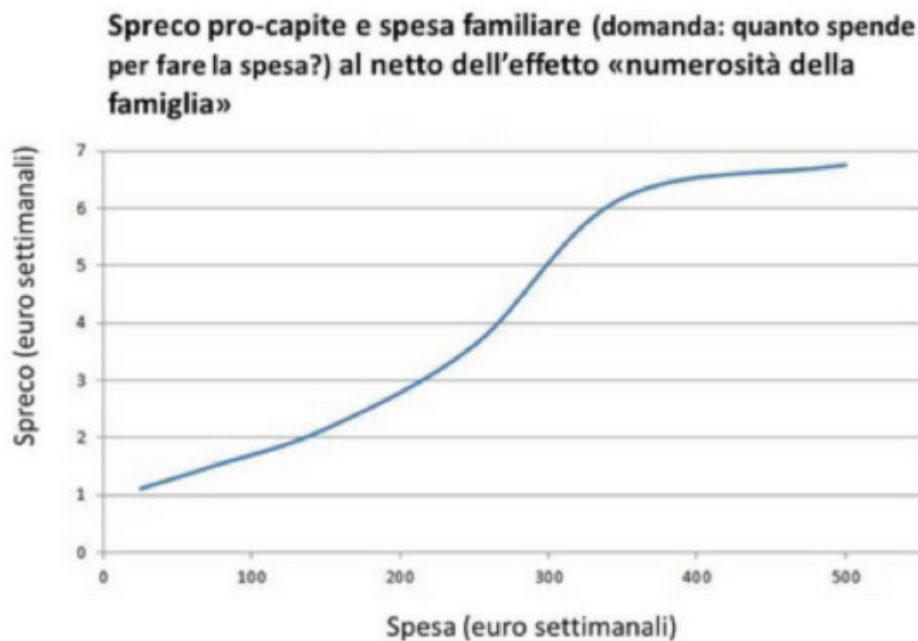
Il passo successivo alla misurazione delle correlazioni tra spreco e le sue possibili determinanti è quello dell'identificazione di un modello di relazione causa effetto ovvero in grado di "depurare" l'interazione tra le determinanti stesse al fine di ottenere un'interpretazione causale dell'andamento del fenomeno dello spreco alimentare.

Eccone di seguito un primo tentativo.

Il grafico disegna la relazione tra lo spreco pro-capite e la spesa per consumi (entrambe settimanali) al netto della numerosità della famiglia.

Questo modello permette di affermare che per livelli di spesa pari a 100 euro corrisponde uno spreco pro-capite di poco più di 1,5 euro.

All'aumentare della spesa, aumenta poi lo spreco pro-capite, con un'elasticità via via crescente fino ad arrivare ad un punto di "saturazione", corrispondente circa ai 350 euro di spesa media settimanale; oltre tale soglia lo spreco diventa costante e indipendente dall'incremento della spesa, ovvero verosimilmente del reddito.



Se questa rappresentazione fosse confermata significherebbe che ad esempio una politica di redistribuzione del reddito potrebbe sostenere la riduzione dello spreco tra le fasce più abbienti, ma allo stesso tempo favorirne l'aumento tra le classi più povere che, con una maggiore disponibilità di reddito, potrebbero iniziare a "sprecare", ma magari in quantità ridotte perché coscienti, attenti e praticanti da sempre la non-generazione dello spreco.

Anche questo tipo di esercizi di stima e simulazione costituirà parte del lavoro futuro di Waste Watcher.

I provvedimenti suggeriti dagli italiani: Una segmentazione per tipologia di somiglianza



I provvedimenti suggeriti dagli italiani: una segmentazione per tipologie di somiglianza.

Il passo successivo all'identificazione delle cause sociali dello spreco domestico e alla sua spiegazione consiste nell'analisi delle sue possibili risoluzioni.

Questa base analitica va ancora di più nella direzione di costruire e validare azioni di politica pubblica e privata indirizzate alla riduzione dello spreco alimentare

I dati del questionario permettono anche in questo caso di indagare una serie di provvedimenti da attuare per la riduzione degli sprechi nelle case delle famiglie italiane e di segmentare i cittadini italiani sulla base dell'utilità/efficacia che loro stessi hanno indicato a tali provvedimenti.

Il questionario proponeva 7 differenti possibili provvedimenti a cui ciascun rispondente poteva assegnarne un punteggio da 1 a 10 sulla base della relativa utilità per la riduzione degli sprechi (1=per niente utile e 10=molto utile).

Indichi attraverso un punteggio da 1 a 10 quanto ritiene utile ciascun provvedimento per ridurre gli sprechi alimentari (1=per niente utile e 10=molto utile)



A partire dalle combinazioni dei possibili interventi, così come naturalmente sono state generate dall'insieme dei rispondenti, è stato possibile individuare 5 tipologie "naturali" di intervistati.

Ancora, le tipologie sono tali poiché, secondo un algoritmo di clustering, risulta che gli individui che vi appartengono hanno indicato punteggi simili di utilità ai possibili provvedimenti.

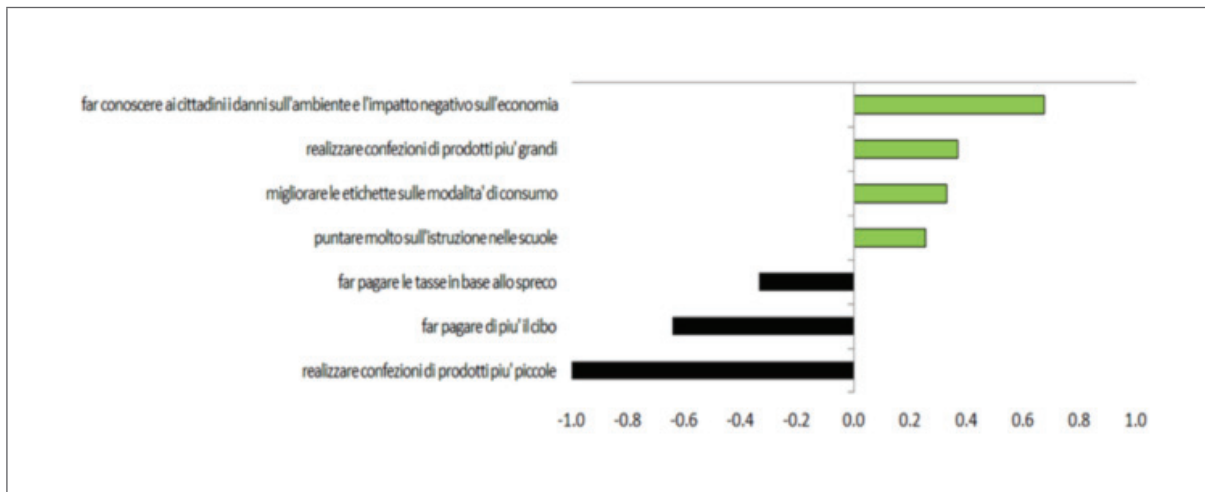
La tabella sotto riporta le 5 combinazioni tipo di provvedimenti indicati con un nome sintetico-evocativo e il valore medio dello spreco, sia definito in forma familiare, sia in forma pro-capite.

	peso %	spreco familiare %	spreco pro capite
Occhio all'ambiente e pochi rifiuti	23,5	5,85	2,05
Sostenibilità e vision di lungo periodo	38,5	5,98	2,41
Regole e coercizioni economiche	11,6	7,04	2,82
Prezzo e mercato	15,5	9,15	3,58
Packaging per ogni occasione, ma parlante	11,0	10,53	3,77
Media generale		7,06	2,71

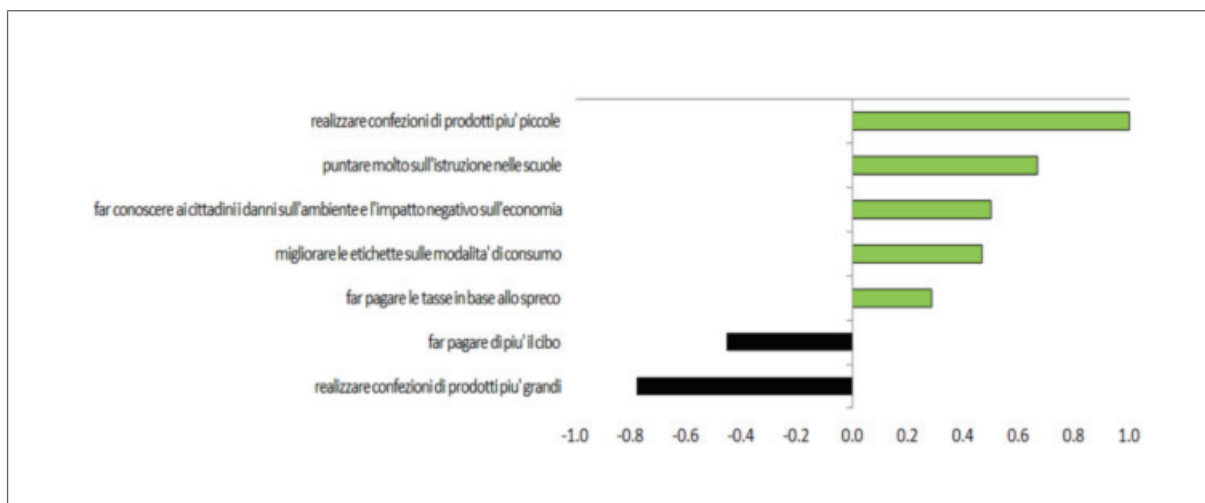
Segue una descrizione delle caratteristiche salienti di ogni tipologia di provvedimenti auspicabili.

Ciascuna tipologia è descritta mediante un grafico che evidenzia l'importanza relativa di ciascun provvedimento per ogni cluster, seguendo una scala di significatività da -1 a +1. -1 è raggiunto da quel provvedimento che nello specifico cluster caratterizza negativamente (si tratta di un provvedimento non-auspicabile) il cluster stesso. +1 è invece raggiunto da quel provvedimento massimamente connotante il cluster.

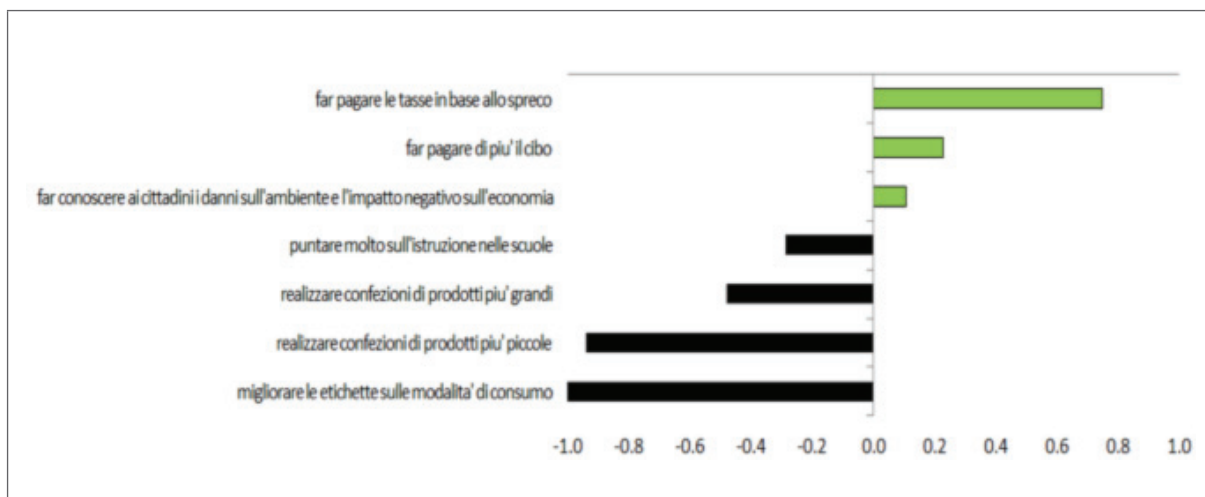
Occhio all'ambiente e pochi rifiuti



Sostenibilità e vision di lungo periodo

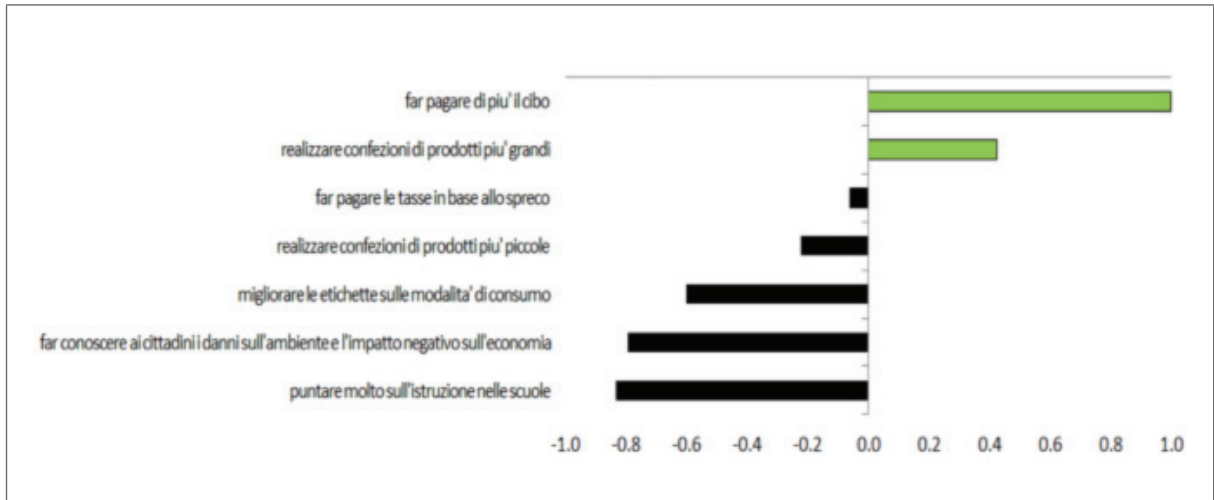


Regole e coercizioni economiche

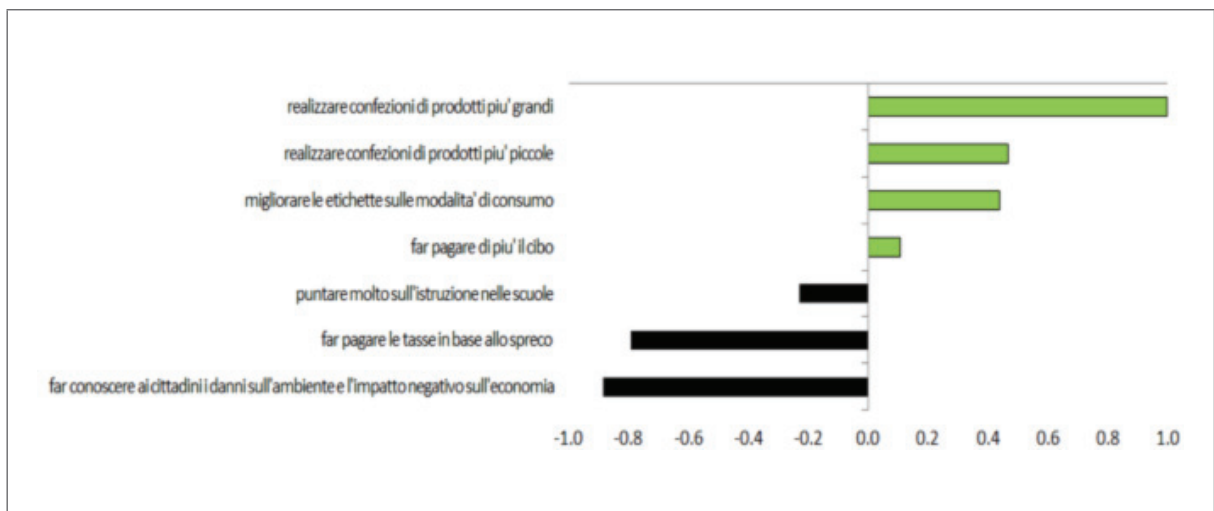




Prezzo e mercato



Packaging per ogni occasione, ma parlante



Appendice tecnica del sistema di Surveying

a cura di  **SWG**



II CAWI SWG

Il Software CAWI attualmente in uso in SWG è un software proprietario, ultima versione di una suite di applicativi per la messa online e la gestione delle interviste.

Il cuore del sistema è un Web Service.Net particolarmente performante che gestisce tutta la logica dell'applicazione e si appoggia a un database PostgreSQL.

Gli intervistati eseguono un'applicazione client Flash che dialoga con il Web Service in lettura e scrittura ed elabora la grafica e i controlli di compilazione.

I dati sono raccolti su database e quindi sono immediatamente disponibili per interrogazioni e elaborazioni anche in tempo reale.

L'applicazione è integrata con il resto dei software aziendali, poiché legge e scrive direttamente nel formato in cui sono progettati ed elaborati i questionari, ed è identica all'applicazione CATI.

Permette lo svolgimento di questionari complessi che contengono domande a scelta singola e multipla, combobox, griglie, domande aperte testuali e numeriche, data, ora, campi automatici; controlli sul numero massimo e minimo di risposte immesse, validazione sui valori inseriti e sulle loro somme, anche in relazione alle domande risposte in precedenza; filtri per la mascheratura di scelte in base alle domande precedenti, per la creazione di percorsi di domande personalizzati e per l'inserimento di variabili nel testo delle domande e delle modalità di risposta a disposizione; rotazioni di domande.

SWG dispone di un PANEL (proprio) che conta oggi 60.000 soggetti abilitati residenti in Italia.

Gli iscritti alla community di SWG sono stati reclutati nel corso degli anni sia attraverso campagne mirate su internet, sia attraverso un continuo recruiting telefonico, riuscendo così non solo a garantire un'adeguata dispersione sociale e territoriale, ma a correggere l'effetto discorsivo rispetto alla popolazione internet di riferimento.

Manutenzione del panel

Annualmente vengono disabilitati gli utenti i cui indirizzi di posta elettronica non risultano più esistenti.

Periodicamente (2 volte all'anno) vengono richiesti ed aggiornati i principali dati socio-demografici dei panelisti (ad es. residenza, titolo di studio professione, ampiezza del nucleo familiare, ecc.).

Vengono anche disabilitati i panelisti che non superano alcuni controlli di qualità (controlli incrociati indirizzo IP - data e tempo di compilazione; test su domande civetta, ecc.).

Il seguente prospetto riporta la composizione percentuale del panel SWG raffrontata con quella dell'universo degli internet users sulla base dei dati ISTAT 2011 e con quella dell'universo della popolazione italiana per sesso, età e zona di residenza.

genere	SWG panel	internet users	popolazione italiana
Maschio	55%	56%	48%
Femmina	45%	44%	52%

età	SWG panel	internet users	popolazione italiana
18-24 anni	13%	14%	9%
25-34 anni	31%	22%	18%
35-44 anni	24%	24%	19%
45-54 anni	16%	16%	16%
55-64 anni	11%	8%	15%
Più di 64 anni	5%	2%	23%

macro area	SWG panel	internet users	popolazione italiana
Nord-ovest	27%	29%	27%
Nord-est	20%	21%	19%
Centro	19%	21%	20%
Sud	23%	19%	23%
Isole	11%	9%	11%

Nota metodologica di SWG-SCENARI

SCENARI è un osservatorio sugli orientamenti valoriali degli italiani. Si tratta di un'indagine continuativa condotta annualmente da SWG dal 1997 su campioni rappresentativi della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni, stratificati per quote in base ai parametri demografici di sesso, età e ampiezza del comune di residenza nazionale e volta a cogliere umori, atteggiamenti, comportamenti e orientamenti sociali e politici degli italiani.

L'indagine muove dall'obiettivo primario di delineare un quadro della società italiana e di fornire l'aggiornamento dei principali indicatori e delle tendenze che la caratterizzano considerandone gli scarti nel tempo, le possibili evoluzioni e il potenziale di ricaduta sui comportamenti nell'immediato futuro.

Il monitor SCENARI si basa su un modello analitico in grado di cogliere gli indirizzi peculiari e fondanti le scelte, la percezione delle problematiche, le istanze che polarizzano le tendenze dell'opinione pubblica, individuando costanti e mutamenti nei valori e negli atteggiamenti che regolano le dinamiche del tessuto sociale.

Per l'analisi di alcuni aspetti caratterizzati da forte reattività al clima esterno (politico, economico, valoriale...) si rende pertanto necessario l'utilizzo di una metodologia d'analisi in grado di studiare e comprendere le dinamiche sottese ai fenomeni, la loro evoluzione, i loro effetti sulle aspettative e gli stili di vita della popolazione.

Al contrario di quanto offre un strumento legato alla mera fattualità come il sondaggio d'opinione, SCENARI è in grado di restituire la dinamicità dei fenomeni e la loro evoluzione all'interno della società.

Il questionario utilizzato si compone di oltre 300 domande che vengono utilizzate per costruire degli indici sintetici in grado di rilevare la propensione dei soggetti rispetto a ciascuno dei temi oggetto di indagine.

Gli 'orientamenti valoriali' sono quindi le rappresentazioni sintetiche di concetti complessi e toccano 11 aree tematiche (clima del paese, valori, individuo, giovani, ambiente, politica, sicurezza, scuola, formazione e nuove tecnologie, economia e lavoro, Stato Italia, welfare all'interno delle quali si collocano ben oltre 50 orientamenti.

Indicativamente, ciascun orientamento rappresenta la modalità in cui si aggregano più items riguardanti il medesimo argomento.

Il principio che è sotteso nel calcolo vero e proprio è quello di ottenere una 'raffinazione' progressiva delle risposte fornite da ciascun intervistato considerando non una risposta alla volta, bensì gruppi di risposte.

Gli orientamenti vengono desunti e delineati in base a quesiti specifici inerenti al tema trattato e sottoposti, di anno in anno, ad un campione rappresentativo della popolazione italiana.

Abbiamo quindi a disposizione dal 1997 una serie di trend (orientamenti) ai quali nel corso degli anni - a seguito dei mutamenti nel tessuto sociale e politico - ne sono stati aggiunti degli altri per integrare e completare il patrimonio di conoscenze fornito dallo strumento.

La Metodologia di rilevazione inizialmente è stata esclusivamente CATI, e dopo un periodo di qualche anno in cui si è utilizzata una tecnica mista CATI-CAWI, si è deciso nel corso degli ultimi anni di procedere solo con metodo CAWI.

Il campione quindi viene estratto dal panel proprietario SWG (panel ruotato).

Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT.

I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di sesso, età, macro area di residenza e orientamento politico.

Margine d'errore massimo: 2,5%



Gli sprechi alimentari delle famiglie italiane

Rapporto 2013 Waste Watcher

Redatto in Novembre 2013

Periodo della rilevazione*: Maggio 2013

Autori:

Furio Camillo | Dipartimento Scienze Statistiche dell'università di Bologna | Responsabile Scientifico Waste Watcher 2013

Valentina Adorno | Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'università di Bologna

Waste Watcher è l'Osservatorio permanente sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane, prodotto da Last Minute Market.

Waste Watcher si propone di fornire alla collettività strumenti di comprensione delle dinamiche sociali, comportamentali e di stile di vita che generano e determinano lo spreco delle famiglie, al fine di costituire una base di conoscenza al supporto di decisioni pubbliche e private relative allo spreco.

Waste Watcher realizza, a tal fine, studi e ricerche, presentate in occasioni di dibattito pubblico o diffuse mediante pubblicazioni periodiche o approfondimenti tematici ad hoc.

Last Minute Market, spin off accademico dell'Università di Bologna, contribuisce alla prevenzione e alla riduzione dello spreco in tutte le sue forme, promuove buone pratiche e riduce i rifiuti attraverso la valorizzazione dei beni invenduti con effetti positivi dal punto di vista ambientale, sociale, economico.

(*) Tutte le rilevazioni dell'Osservatorio vengono condotte in partnership con  **SWG**

È vietata qualsiasi riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione.



www.lastminutemarket.it



OSSERVATORIO
SUGLI SPRECHI ALIMENTARI
DELLE FAMIGLIE ITALIANE

www.wastewatcher.it

