

Dall'indagine "Stili di vita in trasformazione: gli italiani tra cibo, packaging e sostenibilità"

Comunicato stampa

NUOVI CONSUMI ALIMENTARI E IMBALLAGGI IN CARTA E CARTONE: LA SFIDA DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA PARTE DAI GIOVANI

L'indagine Ipsos Doxa per Comieco fotografa una generazione protagonista dei nuovi consumi alimentari, ma ancora con qualche incertezza sulla corretta raccolta differenziata: quasi 7 giovani su 10 hanno dubbi almeno qualche volta.

Milano, 23 aprile 2026 – Nel complesso, **il 49% degli italiani utilizza servizi di food delivery, ma tra i 18-30 anni la quota sale al 73%. Anche il take-away (80%) e il consumo on-the-go (71%) risultano più diffusi tra i più giovani**, che si confermano la generazione multi-canale dell'alimentazione. Queste modalità rendono più frequente il momento del conferimento degli imballaggi alimentari, in particolare di quelli in carta e cartone, e contribuiscono ad accrescere dubbi e incertezze nella fase post-consumo.

Secondo l'indagine Ipsos Doxa per Comieco, sui principali imballaggi legati a delivery e take-away i giovani mostrano livelli di incertezza superiori alla media: ad esempio, il 36% dichiara di non sapere sempre come differenziare le scatole della pizza, contro il 32% del totale campione.

L'indagine fotografa un'incertezza diffusa: **solo il 4% degli italiani dichiara infatti di non avere mai dubbi sulla raccolta differenziata degli imballaggi alimentari**. Tra le principali criticità segnalate emergono:

- carta oleata o plastificata;
- carta e cartone sporchi di cibo;
- imballaggi composti di più materiali.

Dubbi che risultano più frequenti proprio tra chi consuma con maggiore regolarità pasti ordinati a domicilio o fuori casa.

In presenza di incertezze, i giovani dichiarano anche comportamenti meno rigorosi: l'85% ammette di aver utilizzato l'indifferenziato per fretta o comodità (contro il 72% della media nazionale) e il 94% dichiara di conferire nell'indifferenziato quando non è sicuro, rispetto all'88% del totale campione.

Non mancano tuttavia segnali incoraggianti: **4 giovani su 10 quando hanno un dubbio cercano attivamente informazioni sull'imballaggio o online**, dimostrando apertura e disponibilità a migliorare i propri comportamenti. In questo contesto, caratterizzato da nuovi momenti e luoghi di consumo e da dubbi ancora diffusi sulla corretta gestione degli imballaggi nel post-consumo, iniziative di informazione e sensibilizzazione assumono un ruolo centrale.

"Informare" e "formare", soprattutto le nuove generazioni, è uno degli obiettivi della **Paper Week**, la settimana nazionale dedicata a carta, cartone e al loro riciclo promossa da Comieco e da poco conclusa. L'iniziativa è stata supportata dalla campagna di comunicazione **Non T'Incartare**, dedicata proprio a migliorare il corretto conferimento di carta e cartone, ponendo l'attenzione sugli errori più frequenti e su come evitarli. In sette giorni, la Paper Week – che in questa edizione ha avuto Parma come "Capitale" - ha visto circa 300 eventi in tutta Italia, tra cui visite in oltre 100 impianti – cartiere, aziende cartotecniche, impianti di gestione dei rifiuti e musei tematici – che hanno aperto le porte a circa 14mila studenti. Laboratori creativi, mostre, spettacoli e momenti di approfondimento hanno inoltre coinvolto decine di migliaia di persone, offrendo occasioni concrete per conoscere il ciclo di carta e cartone e chiarire dubbi sul conferimento, anche nei contesti di consumo fuori casa.

Ufficio stampa Comieco

Arianna Reina - +39 392 9020133 - arianna.reina@mediatyche.it

Chiara Betocchi - +39 328 258 4502 - chiara.betocchi@mediatyche.it