

COMUNICATO STAMPA

LA LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE PASSA DAL RISTORANTE ASCOM BERGAMO, FIPE E COMIECO LANCIANO LA CAMPAGNA “RIMPIATTINO”

**Lunedì 4 febbraio la presentazione in via Borgo Palazzo
Per i primi 50 locali che aderiscono la doggy bag è in omaggio**

Bergamo, 30 gennaio 2019 - Lunedì 4 febbraio alle ore 16 alla Sala Conferenze-Ascom Confcommercio Bergamo in via Borgo Palazzo 137 a Bergamo verrà presentata la nuova campagna contro lo spreco alimentare “Rimpiattino, la doggy bag all’italiana”: contenitori in cartoncino riciclabile firmati da affermati designer e illustratori che permettono di portare a casa dal ristorante in tutta comodità il cibo e le bevande non consumate.

Ascom accoglie così l’iniziativa lanciata da **Fipe** (Federazione italiana pubblici esercizi) e **Comieco** (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) che promuovono insieme una campagna di sensibilizzazione per coinvolgere i ristoratori bergamaschi sul tema dello spreco alimentare e diffondere nei locali l’uso del “rimpiattino”. Da una recente indagine di Fipe risulta infatti che lo spreco di cibo al ristorante è significativo: sono pochi i clienti che richiedono di portare via quanto resta nel piatto.

Nel corso dell’incontro, Lino Enrico Stoppani presidente Fipe, Carlo Montalbetti, direttore generale di Comieco, Giorgio Beltrami, vicepresidente Ascom Confcommercio Bergamo, Petronilla Frosio, presidente Gruppo Ristoratori Ascom Confcommercio Bergamo e Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo, presenteranno i nuovi e colorati contenitori riciclabili realizzati da Comieco e Fipe, illustrando l’importanza di promuovere una cultura anti-spreco anche nei ristoranti. Il nome è stato scelto attraverso un concorso tra i ristoranti italiani, che mirava a trovare un nome italiano alla doggy bag. La scelta è caduta sulla parola “rimpiattino”, frutto della fantasia del Ristorante Duke’s di Roma, che riporta alla cultura, tutta italiana, del "rimpiattare", ovvero del rielaborare gli avanzi del giorno precedente.

“L’iniziativa è lodevole e interessantissima, lo spreco a qualunque livello è da evitare o comunque da limitare il più possibile – dice Petronilla Frosio, presidente del Gruppo Ristoratori Ascom – Negli ultimi anni la sensibilità delle imprese della ristorazione e dei clienti sul tema dello spreco alimentare è notevolmente cresciuta. Nel nostro Paese non c’è tradizione di piatto unico e le porzioni sono limitate ma senz’altro va aumentato l’impegno per ridurre gli avanzi a tavola. Spero che all’iniziativa aderiscano quanti più ristoratori possibile”.

*"Rimpiattino è a nostro parere una scelta che sintetizza perfettamente lo spirito di questa iniziativa e l'impegno messo in campo dal mondo della ristorazione contro lo spreco alimentare - commenta il Presidente di Fipe **Lino Enrico Stoppani** -. Non un vero e proprio neologismo ma un concetto che riporta alla cultura, tutta italiana, del "rimpiattare", ovvero del saper rielaborare gli avanzi del giorno precedente perché il cibo non si spreca non solo per ragioni economiche ma per rispetto alla fatica ed al lavoro necessari per portarlo in tavola. Come immaginavamo i nostri ristoratori hanno saputo sorprenderci, mostrando inoltre, come testimoniano i dati dell'ufficio studi Fipe una crescente sensibilità al tema dello spreco alimentare. Una sensibilità che da oggi sarà sempre più concreta, grazie ai Rimpiattini che nei prossimi giorni saranno messi a disposizione in diversi ristoranti del territorio di Bergamo e a seguire in tutta Italia".*

*"Oltre a rappresentare un'opportunità per poter contribuire alla lotta allo spreco alimentare, i nuovi rimpiattini in cartoncino sono anche oggetti 'd'autore', riutilizzabili in ogni occasione", afferma **Carlo Montalbetti, direttore generale di Comieco**. "Allargare l'adozione di questa buona pratica è un ulteriore passo avanti nella crescita di comportamenti responsabili e sostenibili. Come la raccolta differenziata di carta e cartone in cui la città di Bergamo si distingue per gli ottimi risultati. Secondo i dati in possesso di Comieco, infatti, nel 2018 nel capoluogo orobico sono stati raccolti circa 82 chili di carta e cartone per abitante, un dato ben al di sopra della media nazionale e regionale".*

L'incontro del 4 febbraio è aperto a tutti i ristoratori e gestori di pubblici esercizi. Per iscriversi è sufficiente compilare questo modulo: <https://goo.gl/forms/spfLs8cDP2oqaHq2>

Ascom regala i rimpiattini ai primi 50 che aderiscono alla campagna scrivendo a questo link: <https://goo.gl/forms/Ie4TuIqVmwq9Z7nx2>

I rimpiattini omaggio verranno consegnati al termine dell'incontro.

Per maggiori info: direzione@ascombg.it – www.ascombg.it

La campagna “Rimpiattino”

Il progetto si propone, attraverso il coinvolgimento diretto del mondo della ristorazione, di fare della doggy bag una pratica sempre più consolidata nella cultura italiana. Il nome “rimpiattino” è stato scelto da Fipe - Federazione Italiana Pubblici Esercizi e Comieco - Consorzio Nazionale per il recupero e riciclo di carta e cartone, tra le proposte arrivate dai ristoranti di tutta Italia, per dare un sinonimo italiano alla doggy bag, la principale "arma" contro lo spreco alimentare quando si mangia fuori casa.

Il nuovo nome è frutto della fantasia del Ristorante Duke's di Roma.

Grazie alla collaborazione tra Fipe e Comieco i “rimpiattini” in carta e cartone stanno arrivando in 1.000 ristoranti in tutta Italia, mentre altri 30mila sono potenzialmente pronti ad aderire all'iniziativa.

I nuovi dati Fipe sullo spreco alimentare nella ristorazione italiana

Il lancio ufficiale del "rimpiattino" è stato per Fipe l'occasione per fare il punto sull'impegno e l'attenzione alla sostenibilità messa in campo dai bar e ristoranti italiani, con particolare riferimento al tema dello spreco alimentare. Secondo la ricerca condotta dall'ufficio studi Fipe emerge che negli ultimi anni è notevolmente cresciuta la sensibilità dell'opinione pubblica e delle imprese della ristorazione sul tema dello spreco alimentare.

Secondo l'80% dei ristoratori intervistati il problema dello spreco di cibo nei loro esercizi viene considerato rilevante (tra questi il 50,6% lo considera addirittura molto rilevante).

In quale fase di processo si spreca maggiormente? Secondo i dati Fipe il consumo finale è il momento in cui avviene il maggiore spreco di cibo (per il 51,6% dei ristoratori), seguito dall'approvvigionamento e dalla preparazione, pressoché considerati a pari merito (rispettivamente dal 25,4% e dal 25,0% del campione).

Qual è la principale ragione del problema? Il 55% dei ristoratori rileva che spesso si spreca molto cibo al ristorante perché i clienti non mangiano tutto quello che hanno ordinato, insieme ad una questione di atteggiamento: nonostante infatti sia elevata la quantità di cibo che resta sulla tavola, raramente i clienti chiedono di poter portare via gli alimenti non consumati, evidenza dichiarata dal 69% degli intervistati. Lo stesso problema avviene per il vino.

I motivi alla base di questo gap risiedono principalmente, secondo gli imprenditori, nell'imbarazzo (55%), seguito da scomodità (19,5%) o indifferenza (18,3%).

Di fronte all'atteggiamento della clientela come si comportano i ristoratori? In base all'indagine Fipe il 43% dei ristoratori propone di sua iniziativa di portare via quello che non è stato consumato, seguito da un 34% che lo fa raramente e da un restante 24% che non lo fa mai. Tuttavia il 90% dei ristoranti è già attrezzato con comuni contenitori in alluminio per consentire ai clienti di portarsi via il cibo ordinato e non consumato.

Infine, nonostante solo il 30% dei ristoratori conosca l'iniziativa promossa da Fipe e Comieco, ben il 92% si dichiara favorevole mentre il 66% è pronto ad aderire.