



Successo dell'iniziativa dei cestini forniti dai ristoranti contro lo spreco di cibo

«Rimpiattino» raddoppia i consensi Tutti vogliono portare via gli avanzi

Damiana Verucci

■ Raddoppiati in poco tempo i ristoranti che la vogliono mentre romani e ancora di più i turisti rispondono bene all'iniziativa della doggy bag, o meglio «rimpiattino» come ha voluto chiamarla la Confcommercio Roma dopo aver indetto un concorso mesi fa per il nome più divertente. Al momento i ristoranti che hanno aderito all'iniziativa del cibo avanzato da riportarsi a casa sono una ventina, ma l'obiettivo è portarli almeno ad un centinaio entro la fine dell'anno. I presupposti sembra ci siano tutti: i ristoratori chiedono queste confezioni colorate che si trasformano in divertenti cestini per il pranzo, una volta lavati e puliti, e sono anche disposti a pagarli visto che soltanto nella fase iniziale ad offrirli era l'associazione di categoria.

L'iniziativa, di carattere nazionale, nella Capitale riesce molto bene con i turisti già abituati all'uso di riportare a casa ciò che hanno lasciato nel piatto. Ma anche tra i romani, soprattutto famiglie e giovani, sta prendendo piede. Certo, c'è ancora da superare una fase di reticenza e di timidezza. Secondo un sondaggio che la Fipe ha effettuato prima di lanciare «rimpiattino», emerge infatti che per l'80 per cento dei ristoratori il problema dello spreco è rilevante, ma a chiedere di finire a casa ciò che è rimasto nel piatto è

una percentuale davvero esigua di clienti nonostante il 43 per cento dei titolari degli esercizi pubblici comunicati sempre a fine pasto che c'è la possibilità di portarsi via sia da mangiare che da bere. Sono i secondi piatti con i contorni a finire più spesso nei cartoni riciclabili ma anche i dolci e il vino, soprattutto quello più costoso. E la timidezza si supera grazie alla pubblicità che i ristoranti fanno dell'iniziativa che si propone di abbattere lo spreco al ristorante perché, incredibile ma vero, una parte importante di ciò che si ordina a cena fuori finisce nella pattumiera.

«La nostra è una sfida culturale importante - spiega il direttore di Fipe - Confcommercio, Luciano Sbraga - il cibo non si spreca, non è una merce qualunque ma un condensato di valori culturali sociali e ambientali che merita il massimo rispetto». «Siamo contenti di come sta andando l'iniziativa - continua Sbraga - i ristoratori ci stanno chiamando quasi ogni giorno per ordinare altro materiale. Vorremmo che si diffondesse attraverso il loro contributo una cultura anti spreco che è molto più comune nel resto del mondo. Siamo consapevoli che il numero delle adesioni è ancora una goccia nel mare ma non smetteremo di promuovere l'idea e contiamo di riuscirci grazie alla sensibilità dei nostri associati e dei loro clienti».

I ristoratori si stanno peraltro servendo anche di altri contenitori, personalizzandoli con il nome del locale o dei suoi piatti tipici. Un modo per farsi pubblicità visto che il materiale usato per riciclare, quando non si è consumato, esce dal locale una volta finita la cena. C'è anche chi sta pensando a menù specifici da mangiarsi direttamente a casa oltre a quelli da provare sul posto. La classica inventiva romana, che non conosce limiti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

► 23 giugno 2019

