

Contro lo spreco alimentare niente è più semplice di un Nudge

magazine.darioflaccovio.it/2020/01/03/contro-lo-spreco-alimentare-niente-e-piu-semplce-di-un-nudge/

January 3,
2020

Data: 03/01/2020 / Inserito da: [Laura Mondino](#) / Categorie: [Informazione Tecnica](#), [Mondi e Culture](#), [Psicologia](#) / Commenti: [0](#)



Ogni anno, lo **spreco alimentare** supera in Euro i 15 miliardi: lo 0,88 per cento del pil. Cifre preoccupanti emerse dall'annuale rapporto dell'Osservatorio Waste Watcher, realizzato da SWG e Last Minute Market, la società nata da uno spin-off dell'Università di Bologna che sviluppa progetti e servizi contro lo spreco di cibo.

Ogni settimana, in Italia, lo spreco alimentare pro capite è calcolato intorno ai 700 grammi, per un valore di 3,76 euro settimanali e di 196 annuali. Lo **spreco domestico** è dovuto nel 62% a confezioni troppo grandi, ma anche (52%) ad acquisti superiori alle reali necessità e alla scadenza dei prodotti (43%) indicata sull'etichetta.

Mi fermo qui con le cifre, a dir poco svilenti. Per fortuna i **Nudge**, le spinte gentili sono utili anche in questo contesto.

PERCHE' SPRECHIAMO COSI' TANTO?

A dare una risposta ci hanno provato i ricercatori dell'Università dell'Illinois,

concentrandosi sui giovani adulti di età compresa tra i 18 ei 24 anni, coloro cioè che hanno una maggiore tendenza allo spreco rispetto ad altre fasce di età.

Ciò che è emerso è la non consapevolezza della situazione. I giovani non avvertono lo spreco come un problema, soprattutto coloro che hanno la possibilità di servirsi delle mense del campus e quindi non devono pianificare la spesa, cucinare e gestire un minimo di dispensa.

Gli studenti non hanno neppure un'idea della quantità di cibo sprecato in una mensa scolastica, quale poteva essere ad esempio quella della loro università. I risultati dello studio sono stati utilizzati per creare una campagna di sensibilizzazione all'interno del campus, con tanto di grafici giganti che rappresentavano le abitudini di spreco specifiche in quel contesto.

Qualche lettore, a questo punto, potrebbe obiettare il fatto che non solo in mensa c'è spreco, ossia dove non si paga o si paga poco, ma anche al ristorante e sulle nostre tavole.

AL RISTORANTE

Nei ristoranti, non posso che dare ragione ai lettori, non tutto ciò che si ordina finisce nello stomaco, e ciò che rimane nel piatto solitamente conclude la sua corsa nella spazzatura. Eppure, ridurre la quantità di cibo gettata via potrebbe avere un **impatto economico e ambientale** non trascurabile.

In Italia è stata approvata la legge 166/2016 proprio per regolamentare lo spreco alimentare. Nello specifico, l'articolo 9 si riferisce all'importanza di ridurre i rifiuti nei locali di ristorazione, aumentando la disponibilità nel fornire appositi contenitori (**doggy bag**) che permettano alla clientela di portare con sé il cibo rimasto.

Nella maggior parte dei ristoranti italiani questa non è un'abitudine consolidata, infatti spetta ai clienti chiedere attivamente ai camerieri di imballare i loro avanzi.

Le indagini mostrano che solo il 36% adotta questo comportamento ecologico, mentre una percentuale del 22% ritiene che sia da maleducati, da poveracci e volgare o si vergogna. È invece un comportamento molto diffuso in altri paesi, a partire dagli Stati Uniti dove la doggy bag è una prassi consolidata per molti personaggi famosi, uno fra tanti **Michelle Obama**, che ancora da first lady, durante la sua prima visita ufficiale in Italia nel 2009, ha chiesto di portare a casa pasta alla carbonara, lasagna e amatriciana da un ristorante romano.

DOGGY BAG FRA MITO E LEGGENDA

Da dove nasce questa stravagante usanza? Uno dei più autorevoli vocabolari americani, il **Merriam Webster** indica come anno di diffusione della parola “doggy bag” il 1957.

Della storia della doggy bag ne esistono diverse versioni, ma tutte puntano a un luogo e a un momento ben definito: gli Stati Uniti alla fine della II Guerra Mondiale. Una delle storie più accreditate racconta del ristorante *Steak Joint* di Dan Stampler, che nel 1949, ha voluto escogitare un modo per accontentare tutti i clienti che gli chiedevano di portare a casa gli avanzi per il cane. Ha creato così un sacchetto di carta oleata con una caricatura del suo cane, uno scottish terrier, battezzandolo definitivamente come la busta per il cane: la doggy bag. L'escamotage del nome servì a salvaguardare in qualche modo i clienti dall'imbarazzo di dover chiedere gli avanzi per loro stessi.

La doggy bag è pratica diffusa in tutti gli States, dunque. Cosa diversa per l'Europa, Bel Paese incluso, dove le resistenze sono state piuttosto alte, poiché concettualmente ritenuta di basso lignaggio -esattamente come nel caso dei clienti dello *Steak Joint*. I pregiudizi e la diffidenza legati a quello che può essere considerato come un ripiego, un riciclo portano a imbarazzo e disagio da parte dei clienti, che spesso si frenano dal chiedere di portare a casa quanto avanzato dal pasto al ristorante.

Per fortuna, nel tempo anche le più rigide interferenze hanno lasciato spazio al cambiamento, tanto che l'uso della doggy bag è esattamente raddoppiata negli ultimi 4 anni: dal 2015, quando solo 2 italiani su 10 la chiedevano in ristorante, al 2018 con 4 italiani su 10 che regolarmente la utilizzano.

Un grande contributo a questo cambiamento arriva anche da ristoratori e chef che lo promuovono come una pratica normale e quasi necessaria: Matteo Baronetto, chef del ristorante stellato *Del Cambio* di Torino, sin dal 2015 concedeva le doggy bag dei suoi menu gourmet. Oltre alle innumerevoli soluzioni proposte da designer e aziende per delle doggy bag di materiale più sostenibile, così da rendere ancora più green un gesto già di per sé molto rispettoso dell'ambiente.

COME I NUDGE ENTRANO IN AZIONE... SULLE NOSTRE TAVOLE

Il Team Nudge Italia, per farsi un'idea più concreta del problema e trovare una soluzione vincente per tutti, ha condotto a Milano, in una pizzeria in periferia, uno studio finalizzato a verificare se e quanto l'opzione di default fosse efficace per spingere le

persone a portarsi il cibo avanzato a casa. L'ipotesi iniziale era che fornendo automaticamente alle persone un contenitore per riporre i propri avanzi, sarebbe aumentato l'utilizzo delle doggy bag.

La ricerca si è sviluppata in due step: controllo e sperimentazione.

Durante la fase di controllo è stata misurata la richiesta spontanea di doggy bag da parte dei clienti. Mentre nella fase sperimentale, per influenzare l'opzione predefinita, è stata utilizzata una chip da poker, posta sul tavolo davanti a ciascun cliente del ristorante e colorata in modo differente sui due lati: un lato verde e l'altro rosso.

Di default la chip era posta sul lato verde, indice che il cliente avrebbe voluto portare a casa gli eventuali avanzi della cena, in caso contrario, se il cliente non avesse voluto richiedere la doggy bag, avrebbe dovuto intenzionalmente capovolgere sul rosso la chip.

Per rendere comprensibile e semplice la struttura logica dell'intervento, sono stati posizionati su ciascun tavolo dei centritavola informativi, contenenti le istruzioni sulla modalità di utilizzo delle chip da poker, oltre a volantini collocati all'interno dei menù contenenti informazioni sullo spreco alimentare e le stesse istruzioni riportate sui centritavola.

I dati ottenuti in seguito all'intervento di nudging hanno dimostrato che il numero di doggy bag fornite ai clienti è aumentato notevolmente durante la condizione sperimentale. La richiesta di contenitori per portare a casa gli avanzi della cena è stata del 44% superiore durante la fase sperimentale rispetto a quella di controllo.

Apportando una semplice modifica del contesto, le persone hanno aumentato la richiesta di doggy bag, andando a incidere sulla riduzione dello spreco alimentare.

I Nudge, un'altra volta si sono dimostrati efficaci, a costo zero, nel modificare in meglio i nostri comportamenti, lasciandoci però la libera scelta. "Se vuoi che le persone facciano qualcosa – dice Richard Thaler, il papà dei nudge – rendi questa cosa semplice". Più facile di così...

Molti altri esempi e applicazioni le puoi trovare nel libro **Nudge Revolution. La strategia per rendere semplici scelte complesse.**

Per saperne di più, sei invitato il **29 gennaio alle 18.30** da **Open Milano** per un workshop/ presentazione in cui apprenderai la strategia che ti permette (a casa, sul lavoro e nelle relazioni) di rendere semplici scelte complesse, a costo zero e con il minimo sforzo.

Ti aspetto!