ICESP - Italian Circular Economy Stakeholder Platform

Piattaforma Italiana per l'Economia Circolare

All you need is food

https://www.consumatori.it/alimentazione/all-you-need-is-food-impegno-contro-sp…



Localizzazione della buona pratica	Progetto a carattere nazionale () Lazio Italia
Lingua originale della buona pratica	Italiano
Area	Consumo
Partners	Udicon
Settore	Cibo e bevande
Target Groups	Consumatori in generale, con particolare attenzione ai giovani consumatori, e alle scuole. Famiglie, in quanto luogo primario dello spreco di cibo ma anche di trasmissione di informazioni riguardo alla gestione degli sprechi alimentari. Stakeholder, in particolar modo i comuni, i commercianti e ristoratori, con l'obiettivo di diffondere la cultura delle Save-bag e l'adozione della Legge Gadda per il recupero delle eccedenze alimentari.
Tipo di finanziamento	Pubblico
Livello di Applicazione	Nazionale
Ambito tematico	Approccio Integrato per Filiera o Settore
Durata	Da Giugno 2019 a Maggio 2021

Motivazione

A livello europeo e nazionale, la crescita economica è accompagnata da un'incredibile quantità di spreco alimentare, che a sua volta causa una perdita di materiali ed energie, danni ambientali ed effetti negativi sulla salute e sulla qualità di vita dei cittadini. A fronte di ciò, le associazioni UNC e Udicon, hanno deciso di attivare una serie di servizi e attività a carattere nazionale, investendo su strumenti innovativi, che promuovano le informazioni necessarie a dare un freno al quotidiano spreco di alimenti. Promuovere l'educazione e l'informazione sarà uno degli obiettivi principali del progetto, insieme al promuovere e accompagnare i cittadini verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità, indirizzandoli verso lo sviluppo di un'economia circolare, la conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile. Le due associazioni, attraverso il progetto, "All you need is food", cercheranno di sensibilizzare e di promuovere comportamenti di riduzione dello spreco, riutilizzando le eccedenze alimentari per favorire l'accesso al cibo da parte delle persone in condizioni di povertà e promuovendo utilizzi alternativi del cibo, altrimenti sprecato.

Descrizione

Il progetto ha inteso agire su alcuni target specifici di soggetti che intervengono nella filiera del consumo e stakeholder interessati al problema. In particolare sono stati realizzati degli strumenti di informazione e sensibilizzazione specifici per: - comuni (al fine di promuovere l'attuazione della Legge Gadda sul territorio) - famiglie e giovani consumatori, con l'obiettivo di ridurre il food waste e promuovere il recupero delle eccedenze - ristoratori e commercianti (promuovendo la diffusione delle save-bag) Sono stati inoltre utilizzati degli influencer e i canali social, con l'obiettivo di sensibilizzare il maggior numero di persone sulle tematiche del food waste.

Risultati

Video informativi (con influencer): più di 12000 visualizzazioni https://www.youtube.com/playlist?list=PLw5m2OXKdAEOY6RVKoolKTyW4s9OBugSX Dirette fb con esperti del settore: più di 7000 visualizzazioni https://www.facebook.com/UNConsumatori/videos Distribuzione sul territorio nazionale di 693.000 copie di materiali informativi cartacei, scaricabili online dalla pagina UNC del progetto Campagna nazionale diffusione di save-bag: realizzata in collaborazione con KUKi Cofresco 5000 kit, per un totale di 125.000 save bag distribuite su tutto il territorio. Challenge TikTok #cucinasenzasprechi dedicata ai giovani: con il coinvolgimento di noti influencer ha raggiunto 1163 partecipanti, 29.000 condivisioni, 29 milioni di visualizzazioni. Evento informativo online per stakeholder "live streaming lunch": seguito da più di 79.000 persone Sportelli informativi nazionali: accessibili gratuitamente Inoltre: App antisprechi, webinar per stakeholder che hanno coinvolto 26 comuni.

Condizioni per la replicabilità

I materiali e il progetto sono consultabili e scaricabili dal sito https://www.consumatori.it/alimentazione/all-you-need-is-food-impegno-c… L'uso di canali alternativi, principalmente legati all'uso delle piattaforme social, coinvolgendo i referenti dei canali stessi. Ad esempio, la challenge lanciata su TiKTok è stata concordata con TikTok stesso che ha permesso di fare diventare l'#cucinasenzasprechi un trend. Nei materiali video, gli eventi online etc. sono stati coinvolti influencer ed esperti in grado di creare interesse ed un legame con i soggetti target della campagna.

Barriere, criticità, limiti

Altro

Altre criticità

il progetto iniziale era stato presentato prima del lockdown e della pandemia; in corso d'opera abbiamo dovuto adeguare strumenti e attività all'impossibilità di attuare incontri in presenza nei territori e con gli stakeholder interessati. Questo ha però, d'altro canto, permesso di ampliare notevolmente la platea di persone e partecipanti, attraverso l'uso di piattaforme online ed eventi social aperti ad un pubblico più vasto (ma meno targhettizzato).

Parole chiave

foodwaste, Prevenzione, recupero eccedenze

Contatti

silvia.landi@consumatori.it