



Come ridurre lo spreco di cibo negli alberghi?

Problema

Il cibo rappresenta una fonte notevole di gas serra e di consumo idrico globale. Circa un terzo dello spreco alimentare avviene durante il consumo, e gran parte di questo spreco potrebbe essere evitato.

Anche il processo di nutrizione umana grava sull'ambiente e, secondo alcune stime, rappresenta globalmente il 20% delle emissioni di gas serra e il 92% dell'impronta idrica, un indicatore del consumo diretto e indiretto di acqua dolce (UNEP, 2012).

A incidere su emissioni e consumi è principalmente lo spreco alimentare, che include i rifiuti generati durante la produzione, lo stoccaggio, la preparazione e il consumo del cibo. Ma circa un terzo dello spreco è generato durante il consumo.

Ovviamente, anche il turismo contribuisce in modo determinante allo spreco alimentare. In particolare, con un comportamento disfunzionale: il cibo lasciato nel piatto, e non consumato alla fine del pasto.

È stato stimato che circa il 12% del cibo servito non viene consumato, e rappresenta quasi un terzo dello spreco alimentare nel settore turistico (Sustainable Restaurant Association, 2010).

Nonostante il generale consenso sul fatto che lo spreco alimentare sia un grave problema ambientale, solo un piccolo numero di studi identifica i fattori specifici che lo determinano, e ancora meno sviluppano e testano interventi per ridurlo.

Tuttavia, la semplice correzione di alcune abitudini individuali potrebbe portare notevoli benefici a livello collettivo.

Soluzione

Nel caso qui illustrato si presenta un intervento realizzato in due hotel, in cui si fa ricorso a una lettera

di sensibilizzazione accompagnata da un gioco a premi.

Nell'estate del 2018, nella città costiera di Portorose, in Slovenia, è stato realizzato un intervento mirato a ridurre gli sprechi alimentari dei clienti in due hotel. Le due strutture condividono la stessa spiaggia, un'area con piscina interna e il ristorante.

L'intervento è composto da due strumenti. Il primo è un sintetico volantino che viene consegnato agli ospiti. Il volantino esorta a ridurre gli sprechi di cibo. Ne esistono due versioni: la seconda, un poco più estesa, fa esplicito riferimento alla salvaguardia ambientale, mentre la prima contiene un'esortazione di carattere generale a non sprecare il cibo. Il secondo è un libretto per la raccolta di timbri. Alla fine di ogni giornata, gli ospiti che non avanzano cibo al ristorante ricevono un timbro. Coloro che alla fine del soggiorno hanno ottenuto tutti i timbri ricevono un certificato e un premio (una custodia impermeabile per il telefono cellulare o un pallone).

Risultati

Secondo le stime prodotte, l'intervento è in grado di ridurre del 34% la quantità media di cibo avanzato dopo i pasti. I volantini incidono maggiormente sulla quantità complessiva, i premi sulla probabilità di non avanzare nulla.

La realizzazione dell'intervento è accompagnata da una valutazione degli effetti. Il suo scopo è testare un intervento mirato specificamente a ridurre lo spreco di cibo generato dalle famiglie in vacanza durante i pasti. Sul piano teorico si intende verificare se alcuni costrutti possano essere adeguatamente utilizzati per innescare comportamenti desiderati, e se altri eventualmente non siano efficaci.

Per stimare gli effetti dell'intervento ci si basa su dati ad hoc raccolti ogni giorno su ogni ospite dell'albergo:



quando i piatti tornano in cucina si misura la quantità di cibo avanzato nei vari tavoli, e associando i tavoli alle camere si possono cogliere i consumi delle famiglie lungo tutto l'arco del soggiorno.

Mediamente, una famiglia ospite produce una quantità di avanzi pari a 45 grammi per pasto, per ogni membro. Gli avanzi medi per famiglia aumentano con il numero di membri, ma diminuisce il valore medio di ciascun membro aggiuntivo. Valore medio a persona che risulta ridotto per le famiglie non straniere, e per chi soggiorna più a lungo.

Ogni strumento di intervento è in grado di ridurre la quantità di avanzi, con lievi differenze: (i) il volantino in versione sintetica, che raccomanda agli ospiti di ridurre gli sprechi di cibo, porta gli avanzi a una media di 30 grammi; (ii) il volantino in versione estesa, che aggiunge uno slogan pro-ambientale, porta gli avanzi a 28 grammi; (iii) il libretto per la raccolta a premi porta gli avanzi a 31 grammi; (iv) infine, un secondo libretto, che aggiunge alla raccolta a premi lo slogan pro-ambientale usato per i volantini, porta gli avanzi a 28 grammi.

Stima degli effetti sul cibo avanzato (grammi/persona)		
Messaggio esortativo	-15	-30%
Messaggio esortativo + mess. ecologico	-17	-38%
Libretto a premi	-14	-29%
Libretto a premi + mess. ecologico	-17	-38%

Complessivamente, l'intervento porta a 29 grammi la quantità di avanzi per pasto, con una riduzione media corrispondente al 34% circa: l'effetto medio prodotto è simile per lo strumento volantino e per lo strumento libro dei timbri. La riduzione è solo lievemente più marcata nel caso in cui vi sia un esplicito appello alla salvaguardia ambientale.

La principale differenza tra i due strumenti sta nel modo in cui producono la riduzione: nel caso del volantino vi è una riduzione più uniforme e diffusa tra le famiglie coinvolte, mentre nel caso del libretto con i timbri, complice il premio per chi ottiene tutti i timbri possibili, la riduzione passa per un aumento delle famiglie che riducono gli avanzi a zero.

L'aggiunta del messaggio ecologico non ha portato ad aumentare in modo apprezzabile l'efficacia dello strumento, si deve quindi assumere che la componente esortativa e quella incentivante siano bastanti a se stesse. In altri termini, i risultati empirici contraddicono alcune previsioni teoriche sulla capacità di messaggi pro-ambientali di accedere più facilmente alle coscienze, e di modificare i comportamenti.

Se il meccanismo causale dell'incentivo è facilmente spiegato dalla sua stessa logica, perché il premio si ottiene solo evitando gli avanzi, interpretare l'efficacia del messaggio informativo è meno ovvio. A questo proposito, gli autori ipotizzano che l'invito a terminare il pasto senza lasciare avanzi vada a rinforzare un messaggio già consolidato nelle tradizioni famigliari (tipiche dell'Europa centrale).

Gli autori segnalano inoltre due componenti, forse marginali, ma da non trascurare: quella sociale, da un lato, nell'assecondare una richiesta esplicita, e rivolta a un comportamento virtuoso, in una piccola comunità come un albergo; e quella ludica, nella raccolta timbri per ottenere i premi, rinforzata dalla prevalenza di famiglie con bambini al seguito.

D'altra parte, l'efficacia mostrata dal solo messaggio informativo, per quanto inaspettata, lo pone allo stesso livello dell'incentivo premiale, ma con costi decisamente inferiori.

Metodo

I risultati provengono da una valutazione con gruppo di controllo: ogni dieci giorni i nuovi ospiti sono assegnati a una diversa forma di intervento: i) volantino, ii) volantino con richiamo ecologico, iii) libro con timbri iv) libro con timbri e richiamo ecologico, v) niente (gruppo di controllo). Le stime degli effetti di ogni intervento si ottengono confrontando gli avanzi del relativo gruppo con quelli dei controlli. Dal momento che famiglie con caratteristiche diverse potrebbero avere optato per date diverse di inizio vacanze, le stime sono "controllate" tenendo conto delle caratteristiche iniziali di ogni famiglia (via regressione multipla).

BIBLIOGRAFIA: DOLNICAR S., JUVAN E., GRUN B. (2020), REDUCING THE PLATE WASTE OF FAMILIES AT HOTEL BUFFETS – A QUASI-EXPERIMENTAL FIELD STUDY, TOURISM MANAGEMENT, VOL. 80.

AUTORE DELLA SCHEDA: GIANLUCA STRADA (ASVAPP)

