

CIRCOLARE n. 50 del 10 luglio 2018

Prot. n. 1056 LS/mm

OGGETTO: Campagna di sensibilizzazione contro lo spreco di zucchero

"#USALAZUCCHERIERA" è la campagna di Fipe per sensibilizzare i consumatori contro lo spreco di zucchero dovuto all'uso delle bustine

Fipe è da tempo impegnata a sviluppare una cultura basata sul rispetto del valore del cibo che passa anche per la promozione di azioni concrete contro lo spreco alimentare. Ne è testimonianza il contributo e il sostegno all'approvazione della Legge n. 166/2016 (c.d. Legge "Gadda") e, in tale ambito, le iniziative avviate e tutt'ora in corso per promuovere la diffusione della doggy bag al ristorante.

Ma la cultura della sostenibilità si nutre anche di azioni minori quale può essere quella finalizzata ad eliminare lo spreco di zucchero dovuto alla massiccia e quasi esclusiva diffusione delle bustine in ristoranti e, soprattutto, bar.

Secondo un'analisi della Federazione l'uso delle bustine di zucchero genera lo spreco di 14 milioni di Kg./anno per un valore di 63 milioni di euro. Peraltro un esperimento basato sulla teoria della "spinta gentile" di Richard Thaler, premio Nobel per l'economia 2017, ha dimostrato che se lo zucchero è in bustina il consumo non dipende dalla quantità di prodotto ma dalla bustina stessa. Cosa significa? che la quantità di zucchero che utilizziamo è superiore a quella di cui abbiamo bisogno. La differenza si spreca.

Fu una direttiva europea ad introdurre nel 2004 l'uso delle bustine che hanno portato all'eliminazione delle zuccheriere con le quali si poteva regolare a piacimento la quantità di zucchero nel caffè o nel cappuccino. Soltanto in seguito, grazie all'intervento di Fipe si ottenne, con deroga dell'allora Ministero delle Attività Produttive, di poter reinserire l'uso di dosatori con beccuccio al posto delle zuccheriere con coperchio. Ma oramai la consuetudine delle bustine (e il timore di sanzioni) era divenuta così diffusa da rendere quasi superflua la presenza di questa tipologia di zuccheriere.

Parte da queste premesse l'idea di lanciare la campagna "#USALAZUCCHERIERA" con cui informare i clienti sugli effetti prodotti da un piccolo gesto quotidiano quale è quello di zuccherare l'espresso.

I soci che intendessero aderire alla campagna potranno esporre nei propri locali, secondo le modalità che riterranno più efficaci, la locandina "#USALAZUCCHERIERA" che si allega in formato jpg e pdf stampabile.

Si invitano pertanto le Associazioni in indirizzo a promuovere la campagna e a diffondere la locandina tra i propri associati.

Gli uffici della Federazione sono a disposizione nella persona di Marco Morandotti (tel. 06.58392125 – email marco.morandotti@fipe.it) per qualsiasi chiarimento.

Distinti saluti.

IL DIRETTORE GENERALE

Roberto Calugi



Allegato

Circolari correlate	Collegamenti esterni	Parole chiave
Circolare Fipe n. 27/2004		#usalazuccheriera; zucchero; zuccheriera; spreco; spreco alimentare; legge Gadda;