

## Negozi green

Quando le persone tornano a casa dopo aver comprato frutta e verdure, spesso pensano che hanno comprato cose che tra poco butteranno: troppi involucri, pacchetti e pacchettini che dovranno essere riciclati ma che in qualche caso inevitabilmente diventeranno rifiuti. Spesso, questi prodotti possono essere comprati sfusi. Potrebbe essere più semplice se i supermercati ricordassero ai clienti di adottare comportamenti che vanno in questa direzione. Questo documento propone 2 azioni principali: evidenziare la parte del negozio con i prodotti sfusi e etichettare i prodotti più sostenibili.

Dall'altro lato, è risaputo che la maggior parte dello spreco di cibo è generato nei supermercati e a casa. Perché non lo combattiamo assieme? Proponiamo anche questa azione: evidenziamo i prodotti con una data di scadenza vicina e facciamo accordi con organizzazioni locali come i banchi alimentari.

### General information



riduzione



difficoltà

Tipo di rifiuto



riuso



Impatto  
sull'ambiente



carta



imballaggi



riciclo



costi



RAEE



organico

### Obiettivi

Diretti:

- ▶ Ridurre lo spreco di cibo mettendo in promozione i prodotti prossimi alla scadenza. Questa azione aumenterà la consapevolezza dei clienti circa lo spreco di cibo e la pianificazione della spesa settimanale
- ▶ Ridurre lo spreco di cibo donando il cibo vicino alla data di scadenza ad organizzazioni caritatevoli.

Indiretti:

- ▶ Ridurre l'uso di prodotti usa-e-getta e con imballaggi superflui.
- ▶ Aumentare la consapevolezza circa le tematiche dei rifiuti.

### Che cosa include?

- ▶ Adottare comportamenti sostenibili durante la spesa, l'immagazzinamento e la preparazione dei cibi
- ▶ Informare circa i benefici ambientali di comprare prodotti alla spina
- ▶ Un etichetta facile da identificare per i prodotti più sostenibili.

- ▶ Un angolo con in vendita i prodotti più vicini alla data di scadenza.
- ▶ Informazioni circa lo spreco di cibo.

## Cosa occorre

- ▶ Uno o più negozi o supermercati che desiderano partecipare
- ▶ **Materiale informativo e comunicativo:** usa il materiale della SERR per informare lo staff e i clienti circa lo spreco di cibo. Prendi anche dei provvedimenti circa la prevenzione dei rifiuti alimentari; scarica i poster promozionali per pubblicizzare la tua azione. Prepara anche del materiale specifico per informare i clienti
- ▶ **Strumenti:** Pannelli, etichette, segnali. Guarda la sezione sotto.

## Strumenti per fare questa azione

### Un pannello per la sezione cibo sfuso

- ▶ Che cos'è? Un pannello per mostrare ai clienti dove si trova la sezione alimenti sfusi. Questo pannello mostra anche i vantaggi ambientali degli alimenti sfusi.
- ▶ Come usarlo?
  - Usa questo pannello per far identificare la zona interessata.
  - Mostra le informazioni sui benefici ambientali.
- ▶ Come valutarlo? Quantità dei prodotti acquistati sfusi. Totale dei clienti che comprano prodotti sfusi.



### "Angolo delle offerte last minute"

- ▶ Che cos'è? Un angolo con i prodotti prossimi alla data di scadenza, che sono in offerta.
- ▶ Come usarlo?
  - A fine giornata, metti nello stesso spazio i prodotti con una data di scadenza vicina.
  - Sconta questi prodotti.
  - Segnala questi prodotti con un piccolo poster.
- ▶ Come valutarlo? Totale dei prodotti messi in offerta nell'angolo delle offerte.



## Un'etichetta per i prodotti sostenibili

- ▶ Che cos'è? Un'etichetta mostrata sugli scaffali dei supermercati vicino ai prezzi dei prodotti. Questa azione permette ai clienti di identificare i prodotti più sostenibili dal punto di vista dei rifiuti.
- ▶ Come usarlo?
  - Chiedi che l'etichetta venga messa vicino ai prezzi.
  - Mostrala per segnalare i prodotti più sostenibili.
- ▶ Come valutarlo? Vendita dei prodotti segnalati sul totale delle vendite.



## Accordi con le organizzazioni sociali

- ▶ Che cos'è? Un accordo con le organizzazioni locali per donare tutto il cibo ancora consumabile.
- ▶ Come usarlo?
  - Trova qualche organizzazione locale che tratta il cibo in eccedenza del supermercato.
  - Fai un accordo con loro per donare tutti i prodotti di scarto ma ancora validi per il consumo.

Come valutarlo? Numero di accordi conclusi. Totale di prodotti consegnati.



## Strumenti di supporto alla comunicazione

### Un pannello per mostrare le best practice nella prevenzione dei rifiuti

- ▶ Che cos'è? Questo pannello include una lista con tutti gli impegni assunti riguardo la prevenzione dei rifiuti. Questo incoraggerà lo staff a fare sempre bene il proprio lavoro.
- ▶ Come usarlo?
  - Controlla tutti gli impegni assunti.
  - Mostrali nel pannello.
  - Posiziona il pannello in un posto ben visibile.
- ▶ Come valutarlo? Numero di obiettivi raggiunti. Evoluzione dei risultati durante l'azione.



## Adesivo

- ▶ Che cos'è? Un adesivo per informare i clienti che il tuo esercizio compie azioni per ridurre i rifiuti.
- ▶ Come usarlo?
  - Mostra questo adesivo in posti di grande affluenza.

Come valutarlo? Numero di esercizi partecipanti.



## Preparando l'azione

### Prima della SERR (un mese prima)

- ▶ Organizza un monitoraggio su come contare:
  - Frutta e verdura vendute sfuse o no
  - Numero dei clienti che comprano alimenti sfusi
  - Numero dei prodotti in offerta alla fine della giornata
- ▶ Identifica i prodotti ecosostenibili in termini di imballaggi.
- ▶ Trova un punto strategico nel tuo punto vendita per:
  - Installare l' "Angolo delle offerte last minute"
  - Installare un pannello per mostrare i tuoi impegni e i risultati raggiunti

### Prima della SERR (una o due settimane prima)

- ▶ Contatta le organizzazioni sociali per gli accordi per donare loro il cibo.

## Il giorno dell'azione

- ▶ Disponi il materiale in una posizione di grande passaggio.
- ▶ Informa i clienti e i fornitori sugli impegni presi.
- ▶ Identifica i prodotti più sostenibili con l'etichetta.
- ▶ Chiedi al tuo staff di informare i clienti dell'esistenza dell'Angolo delle offerte last minute.
- ▶ Informa sia lo staff che i clienti del monitoraggio che stai effettuando.

## Valutazione e rendiconto

Entrambe le azioni, la spesa sfusa e l'etichetta sui prodotti ecosostenibili, hanno come obiettivo la riduzione dei rifiuti.

Per valutare i risultati di queste azioni, dovresti:

1. Contare il totale dei prodotti sfusi venduti (in kg). Monitora questa situazione nel tempo. L'azione ha successo se la vendita dei prodotti sfusi aumenta nel tempo.



## Kit strumenti comunicativi Imprese

2. Conta quanti prodotti etichettati sono stati venduti e tieni conto del loro increment nel tempo. L'azione ha successo se la vendita dei prodotti etichettati aumenta nel tempo.

Entrambe le azioni, "l'angolo delle offerte last minute" e gli accordi con le associazione hanno come obiettivo combattere lo spreco alimentare.

Per valutare i risultati raggiunti, dovresti:

1. Contare il totale dei prodotti venduti nell'angolo delle offerte last minute. Paragonalo con il numero di prodotti scartati a causa della data di scadenza. L'azione è un successo se i prodotti last minute venduti crescono nel tempo mentre i prodotti scartati diminuiscono.
2. Conta il totale del cibo/prodotto donato alle organizzazioni caritatevoli. Paragonalo con il numero di prodotti scartati.

Fai un resoconto da dare al Coordinatore nazionale: numero di partecipanti (clienti), totale di rifiuti evitati, etc.

### Maggiori informazioni

#### ► Materiale informativo

- Spreco di cibo e il suo impatto: [Do you dare to be aware?](#)
- Consigli su come ridurre lo spreco di cibo:
  - [Shopping & Planning](#)
  - [Storing](#)
  - [Cooking & Eating](#)
  - [Use-by / best-before dates](#)
- Ricette per cucinare con gli avanzi: [www.ewwr.eu/en/support/thematic-days-2014-stop-food-waste](http://www.ewwr.eu/en/support/thematic-days-2014-stop-food-waste)

#### ► Esempi di azioni (più esempi su [www.ewwr.eu](http://www.ewwr.eu))

- "Achats engagés" (FR) 2014:  
Customers at Casino and Super U in Garéoult, Brignoles and Rocabron were invited to purchase products with less packaging materials during a week. More than 300 stickers identifying products that yield little waste were put on the store's shelves. The aim of this operation was to make consumer think about each product's sustainability.  
[http://www.commerce-engage.com/sived/video\\_44](http://www.commerce-engage.com/sived/video_44)
- "Les déchets: moins je produis, moins je salis!" (BE) 2014:  
This action consisted in encourage the citizens in the process of eco-consumerism and fighting against food waste. Information points were installed at three supermarkets and two street markets, also offered to the citizens a 'kit for waste reduction', including practical information about food waste, composting, sustainable behaviour, etc.
- "Magasins Leclerc" (FR):  
Leclerc supermarkets in France have set up several agreements with local Food Banks in order to prevent food waste.  
[http://www.e-leclerc.com/divers+articles/divers+Article\\_rayon/divers+developpement-durable/article+edito+360864+reduction-du-gaspillage-alimentaire](http://www.e-leclerc.com/divers+articles/divers+Article_rayon/divers+developpement-durable/article+edito+360864+reduction-du-gaspillage-alimentaire)
- "Ugly vegetables campaign" (DE) (FR) 2014:  
Some supermarkets in Germany (Edeka grocery stores) and France (Intermarché supermarkets) are selling ugly fruit and vegetables to fight food waste. They promote these fruit and vegetables among customers.  
<http://www.thelocal.de/20131013/52371> (Edeka)  
<http://www.slate.fr/story/88433/campagne-intermarche-fruits-et-legumes-moches> (Intermarché)



With the support of  
the European Commission





## Kit strumenti comunicativi Imprese

- Big 4 supermarkets (Plus M&S, Waitrose and Co-op (UK) to regularly publish tonnage of food thrown out by stores from 2015.  
<http://www.theguardian.com/business/2014/jan/29/rivals-follow-tesco-reveal-amount-food-waste>
- Foodcloud (IRE):  
Communication on the web of available food in supermarkets free for donation.  
<http://foodcloud.ie>

▶ Contatto del Coordinatore nazionale: [serr@assaica.org](mailto:serr@assaica.org)

▶ Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti: [www.ewwr.eu](http://www.ewwr.eu) [www.menorifiuti.org](http://www.menorifiuti.org)



With the support of  
the European Commission

