

1) Domanda: Chi è più incline allo spreco: chi fa la spesa giorno per giorno o chi la fa una volta a settimana?

Risposta: Chi fa la spesa una volta a settimana riduce lo spreco: pianifica meglio i pasti e compra solo ciò che sa di consumare. La spesa giorno per giorno, invece, è più emotiva e meno organizzata: porta a doppiopioni, acquisti impulsivi e maggiore rischio di spreco domestico.

2) Domanda: Qual è la differenza tra chi acquista prodotti a lunga conservazione e chi invece compra prevalentemente prodotti freschi, in termini di rischio di spreco?

Risposta: Con i prodotti a lunga conservazione il rischio di spreco è minimo: possono essere consumati con calma e conservati a lungo. Con i prodotti freschi, invece, il rischio aumenta: scadono in pochi giorni e, se non pianificati bene nei pasti, finiscono spesso per deteriorarsi.

3) Domanda: In che modo i clienti stressati o di fretta rischiano di sprecare di più?

Risposta: I clienti stressati o di fretta comprano in modo impulsivo: scelgono snack, dolci o prodotti poco salutari mossi dalla gola del momento. Spesso non li consumano davvero, e questi articoli restano inutilizzati in dispensa o in frigo, generando spreco.

4) Domanda: Qual è il fattore che fa passare un prodotto dalla categoria “ancora buono” a “da evitare”?

Risposta: È soprattutto l'aspetto visivo. Se un prodotto appare appassito, scolorito o con imballo danneggiato, il cliente lo percepisce come non più sicuro o appetibile. Anche se ancora commestibile, il giudizio visivo prevale e ne determina lo scarto.

5) Domanda: Se non potessi scontare i prodotti in scadenza, cosa faresti per ridurre lo spreco?

Risposta: Li donerei a chi ne ha bisogno: clienti fedeli, famiglie numerose o enti benefici. In questo modo il prodotto non va perso, si crea un impatto positivo sul territorio e il punto vendita viene percepito come vicino alla comunità.

6) Domanda: Perché un prodotto più costoso è meno propenso a essere sprecato?

Risposta: Un prodotto più costoso viene percepito come un investimento e quindi gestito con maggiore attenzione. I clienti tendono a valorizzarlo, conservarlo meglio e consumarlo con priorità, riducendo il rischio che finisca tra i rifiuti.

7) Domanda: Che tipo di etichetta personalizzata potrebbe ridurre lo spreco?

Risposta: Un'etichetta che non riporti solo scadenza e prezzo, ma anche ricette rapide per consumare il prodotto. Per esempio: 'Consumami entro 2 giorni – prova con pasta veloce al forno' o 'Ottimo per insalata pronta'. Questo stimola l'uso immediato.

8) Domanda: Quali informazioni chiedono più spesso i clienti e quali invece sarebbero utili ma non vengono chieste?

Risposta: La domanda più frequente è: 'Quanto dura? Fino a quando è fresco?'. Ciò che invece raramente viene chiesto, ma sarebbe molto utile, è la congelabilità: se si può congelare, come farlo e per quanto tempo.

9) Domanda: Oltre al prezzo, quali informazioni influenzano di più la scelta e riducono lo spreco?

Risposta: Le caratteristiche qualitative: biologico, senza pesticidi, pochi grassi, origine certificata. Se il cliente percepisce un prodotto come sano e di valore, sarà più motivato a consumarlo con attenzione, riducendo il rischio di spreco.

10) Domanda: Quali nuove abitudini alimentari hanno maggiore impatto sullo spreco?

Risposta: I prodotti per single riducono molto lo spreco, grazie alle porzioni piccole. Anche i cibi etnici, soprattutto orientali, sono in crescita e spesso calibrati nelle quantità. I pronti salva-tempo,

invece, hanno impatto minore: sono pratici ma a volte in formati troppo grandi, che rischiano di non essere consumati del tutto.

11) Domanda: Le famiglie con figli sono più soggette a spreco alimentare?

Risposta: Sì, moltissimo. I genitori comprano più del necessario: snack e merendine che i figli non sempre consumano, novità che non piacciono, o grandi formati acquistati per convenienza. Il risultato è che una parte consistente finisce sprecata.

12) Domanda: Come potrebbe Conad diventare un consulente alimentare del quartiere contro lo spreco?

Risposta: Educando i clienti a prendere solo la porzione che serve, evitando acquisti eccessivi 'one time buy'. Potrebbe proporre ricette anti-spreco, consigli di conservazione, promuovere la cultura del porzionamento e dare strumenti pratici per gestire meglio il cibo a casa.