

Abitudini alimentari in Europa: Acquisto e spreco di cibi freschi.

Il 58 % degli europei getta cibo fresco ogni settimana

Milano, 6 Febbraio 2014 – **Panasonic** diffonde oggi una ricerca secondo la quale oltre la metà (il 58 %) degli Europei non riesce a consumare il cibo fresco che acquista ogni settimana, gettandolo invece nella spazzatura. Questo spreco si afferma nonostante il 94 % degli intervistati acquisti regolarmente ingredienti freschi per preparare i pasti.

La ricerca, eseguita in collaborazione con ICM, ha coinvolto 5.000 persone di cinque Paesi Europei*, al fine di scoprire i segreti nascosti nelle cucine del Vecchio Continente.



PROPENSIONE ALLO SPRECO

IN TERMINI QUANTITATIVI

Dalla ricerca è emerso che il 62 % dei **Tedeschi** getta cibo fresco nella spazzatura ogni settimana, aggiudicandosi il podio nella classifica degli spreconi d'Europa in termini di volume di alimenti freschi non consumati. In Europa, gli intervistati **Spagnoli** guidano la classifica dei risparmiatori con il 50% degli intervistati che afferma di non gettare mai cibo fresco. Anche gli **Italiani** si distinguono per parsimonia: ben il 42 % della popolazione non butta via cibo, riconoscendo quindi il debito valore alla spesa effettuata. Le donne italiane sono le più frugali, con il 44 % che non spreca nulla rispetto al 39 % degli uomini. La ricerca mostra che gli Italiani più anziani sono i più attenti agli sprechi, con oltre la metà di over 65enni che non sprecano mai cibo fresco (rispetto ad appena il 28 % dei giovani tra i 18 e 24 anni).

Panasonic Italia
Via dell'Innovazione, 3
20126 Milano

www.panasonic.it

Contatto stampa:
Alessio Masi
amasi@freemessage.it
Mob. 3408996476

IN TERMINI ECONOMICI

I **Francesi**, invece, si distinguono per un altro primato negativo: in termini di valore economico del cibo sprecato, si aggiudicano il primo posto con oltre un quarto (il 26 %) degli intervistati che dichiara di sprecare €250 di cibo fresco ogni anno, equivalente a circa €15.000 nell'arco di una vita**.

FREQUENZA D'ACQUISTO E CONSUMI

La ricerca condotta da **Panasonic** ha rilevato che gli Europei ritengono importante l'utilizzo di ingredienti freschi nella preparazione dei pasti, nonostante oltre la metà (il 58 %) di loro non riesca a consumare tutto il cibo fresco con il quale riempiono il proprio frigorifero ogni settimana. Un terzo (il 33 %) degli Europei acquista cibi freschi più di tre volte a settimana.

Gli **Italiani** sono al primo posto per frequenza d'acquisto di alimenti freschi: quasi un quarto (il 23 %) degli intervistati ha dichiarato di acquistare alimenti freschi almeno quattro volte a settimana. Nella classifica dell'attenzione rispetto ai cibi freschi seguono gli Spagnoli, i Tedeschi, i Francesi ed, infine, gli Inglesi: solo il 9% sarebbe disposto a fare la spesa alimentare quattro o più volte a settimana.

ABITUDINI CULINARIE: PREPARAZIONE DI PASTI CON ALIMENTI FRESCI

In tutta Europa, gli **Italiani** sono i più propensi ad utilizzare ingredienti freschi in cucina: il 46 % degli intervistati va a fare la spesa almeno tre volte a settimana. La dieta mediterranea sembra affermarsi tra tutte le generazioni, con quasi un quarto dei giovani (18-24 anni) che acquista in negozi di alimentari freschi almeno quattro volte alla settimana. Gli italiani che vivono nel Sud sono i più grandi acquirenti di ingredienti freschi con oltre la metà (54%) degli intervistati che acquista cibo fresco almeno tre volte a settimana. Il Nord-Overst della penisola, invece, si distingue con il 35% degli intervistati che acquistano cibo fresco al massimo una volta a settimana cosa che nessun sardo arriverebbe mai a fare.

Alessandro Battaglieri, Group Product Manager Elettrodomestici in **Panasonic** Italia, ha così commentato i risultati della ricerca: *“Gli Europei stanno riscoprendo l'importanza di un'alimentazione sana ed i giovani Italiani sono al primo posto nella preparazione di pasti con cibi freschi, cucinati almeno una volta al giorno (34% degli intervistati). In Panasonic, il Consumatore e le relative necessità sono al centro degli studi di progettazione e, proprio in considerazione della rinnovata attenzione verso uno stile di alimentazione sano e naturale, abbiamo implementato nei nostri frigoriferi tutte le tecnologie di conservazione all'avanguardia, come il “Chiller case”, dotato di sistema di regolazione dell'aria separato per la perfetta conservazione delle carni a 0°C ed il “Fresh Case” che, grazie al controllo dell'umidità conserva le verdure e la frutta in modo ottimale. Inoltre, da quest'anno, abbiamo implementato uno scomparto freezer “Flash freeze”, che emette un getto d'aria a -30°C, per abbattere la temperatura velocemente e conservare le preziose proprietà nutrizionali degli alimenti.”*

NOTE:

* Indagine effettuata su un campione di 5.000 uomini e donne condotta tra Germania, Spagna, Francia, Italia e Regno Unito nell'Agosto 2013.

** Basato sullo spreco di cibo in un arco temporale di 60 anni.

A proposito di Panasonic:

Panasonic Corporation è leader mondiale nello sviluppo e nella realizzazione di prodotti elettronici e di soluzioni destinate all'uso residenziale e professionale, alla comunicazione mobile e alla cura della persona. A partire dalla sua fondazione, nel 1918, le attività dell'azienda si sono sviluppate a livello mondiale ed ora contano più di 500 società in tutto il mondo, con vendite nette consolidate per oltre 68 miliardi di euro nell'anno fiscale terminato il 31 marzo 2013. In ciascuno dei settori in cui opera, Panasonic si propone di offrire una più alta qualità della vita in un ambiente globale migliore, creando prodotti il cui valore aggiunto è il frutto di una continua innovazione. Panasonic Italia, fondata nel 1980, conta 140 dipendenti ed un network di agenti sul territorio nazionale. L'azienda ha sviluppato un fatturato complessivo di 265 milioni di Euro nello scorso anno fiscale. Maggiori informazioni sul gruppo e sul marchio Panasonic sono disponibili al sito www.panasonic.it.