

# REPORT TEST SUI CONSUMI- econgusto

## Indice

<b>REPORT TEST SUI CONSUMI- econgusto</b> .....	1
<b>Introduzione</b> .....	2
<b>Questionario iniziale</b> .....	4
<b>Risultati</b> .....	9
<b>Conclusioni</b> .....	16

## Introduzione

Il progetto “**Econgusto – sapore sostenibile, futuro inclusivo**” nasce dalla collaborazione tra U.Di.Con. APS – Unione per la difesa dei consumatori Sede Nazionale e i partner di progetto: U.Di.Con. Emilia Romagna APS; AVES Associazione Volontariato Europeo Solidale; U.Di.Con. Regionale Lazio APS; U.Di.Con. Regionale Marche APS; U.Di.Con. Regionale Puglia APS; U.Di.Con. Regionale Sicilia APS; U.Di.Con. REGIONALE CALABRIA APS finanziato dal Ministero del lavoro e delle Politiche Sociali con Avviso n. 2/2023 D.G. del terzo settore e della responsabilità sociale delle imprese Fondo per il finanziamento di progetti e iniziative di interesse generale nel terzo settore art. 72 D.lgs. n. 117/2017 e s.m.i.

Il progetto vuole ridurre lo spreco alimentare e dei consumi minimizzando anche le disuguaglianze socio economiche. Econgusto risponde ad alcune esigenze e bisogni rilevati su tutto il territorio nazionale quali:

- ridurre le disuguaglianze socio economiche dei consumatori;
- individuare e contattare i consumatori in condizione di fragilità anche grazie al coinvolgimento degli operatori e le realtà già esistenti sul territorio;
- aumentare il livello di conoscenza sull'economia circolare: come il cittadino può adottare comportamenti quotidiani con impatto socio-economico a favore della sostenibilità;
- migliorare e garantire l'accessibilità a informazioni e attività in modo gratuito a tutti i cittadini sulla tematica progettuale per ridurre eventuali disuguaglianze;
- attivare azioni che incidono sui consumi e sulle abitudini di consumo delle famiglie in condizione di fragilità;
- realizzare strumenti informativi in grado di promuovere comportamenti di consumo più responsabili, consapevoli ed orientati all'ambiente, che al contempo siano attrattivi, in quanto in grado di diminuire le spese familiari ad es. contenendo gli sprechi alimentari, riciclando le materie prime ecc.
- migliorare la situazione di spreco alimentare a livello nazionale, attraverso attività informative e pratiche che riducono il fenomeno nel lungo periodo;
- ridurre l'inquinamento dato dalla moda e rendere più consapevoli delle proprie scelte in questo ambito i consumatori.

Attraverso una serie di attività informative e pratiche, Econgusto punta a modificare in modo duraturo la situazione di spreco alimentare e a rendere i consumatori più consapevoli delle loro scelte in ambito moda. La moda, infatti, è un settore che negli ultimi anni ha acquisito una notevole rilevanza, non solo per il suo impatto sull'economia ma anche per il suo effetto sull'ambiente e sulla società. La transizione verso un consumo più sostenibile richiede un approccio a 360°, che coinvolga produttori, distributori e naturalmente i consumatori stessi.

## Questionario iniziale

Per comprendere meglio i comportamenti dei cittadini/target del progetto in tema di consumi, U.Di.Con., in collaborazione con i partner, ha elaborato un questionario iniziale. Questo questionario rappresenta una fase cruciale del progetto in quanto permette di delineare il quadro delle abitudini di consumo in settori chiave come l'alimentazione e la moda. La raccolta di queste informazioni consentirà di sviluppare azioni e strategie mirate per promuovere un approccio più sostenibile e consapevole da parte dei consumatori.

Il questionario è stato condiviso attraverso la landing page dedicata al progetto: Econgusto – sapore sostenibile futuro inclusivo e sulle pagine social di U.Di.Con. e dei partner di progetto. Si tratta di un test composto da 37 domande progettate appositamente per indagare le abitudini quotidiane dei consumatori, focalizzandosi su aspetti come la pianificazione degli acquisti, la gestione degli alimenti, l'attenzione verso il fenomeno dello spreco alimentare e l'approccio alla moda sostenibile. Il test sui consumi è stato condiviso tramite landing page del progetto:

<https://www.udicon.org/progetti/econgusto-sapore-sostenibile-futuro-inclusivo/>

### Test sui consumi

Progetto di U.Di.Con. APS – Unione per la difesa dei consumatori Sede Nazionale e i partner: U.Di.Con. Emilia Romagna APS; AVES Associazione Volontariato Europeo Solidale; U.Di.Con. Regionale Lazio APS; U.Di.Con. Regionale Marche APS; U.Di.Con. Regionale Puglia APS; U.Di.Con. Regionale Sicilia APS; U.Di.Con. REGIONALE CALABRIA APS finanziato dal Ministero del lavoro e delle Politiche Sociali con Avviso n. 2/2023 D.G. del terzo settore e della responsabilità sociale delle imprese Fondo per il finanziamento di progetti e iniziative di interesse generale nel terzo settore art. 72 D.lgs. n. 117/2017 e s.m.i.

Non condiviso



**econgusto**  
sapore sostenibile  
futuro inclusivo

Un test composto da 37 domande create appositamente sul tema dell'alimentazione e della moda.

Di seguito le domande poste con le opzioni di risposta:

**1. Con quale frequenza fai una lista della spesa prima di andare al mercato/supermercato?**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**2. Con quale frequenza ordini la dispensa e il frigorifero?**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**3. Con quale frequenza eviti di acquistare cibo di cui non hai bisogno (ad esempio, cibo deperibile che hai già a casa)**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**4. Quante volte pianifichi i pasti prima di fare la spesa?**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**5. Quante volte butti il cibo scaduto, di cui non ti eri accorto, in una settimana?**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**6. Usi mai gli scarti alimentari per cucinare (es. bucce di patate, carote, mele che stanno appassendo etc)?**

Sempre

Spesso

Raramente

Mai

**7. Quante volte acquisti prodotti locali, a km0?**

A volte

Sempre

Mai

**8. Quante volte compri nei negozi fisici della fast fashion (Zara, H&M, OVS etc..)?**

Qualche volta,

Sempre

Mai

**9. Quante volte compri da questi negozi online?**

Qualche volta

Sempre

Mai

### **10. Compri più su negozi di fast fashion o in mercati vintage/artigianali/sartorie?**

Negozi fast fashion

Sartoriali, vintage

Metà e metà

Più fast fashion che vintage, sartoriali

### **11. Perché compri fast fashion?**

Per la bellezza dei capi

Per il costo

Per la comodità online o della marcata presenza sul territorio

Non compro

### **12. Perché compri sartoriale/vintage?**

Per la bellezza dei capi

Per la durata nel tempo rispetto al costo

Per sostenere le realtà locali e italiane

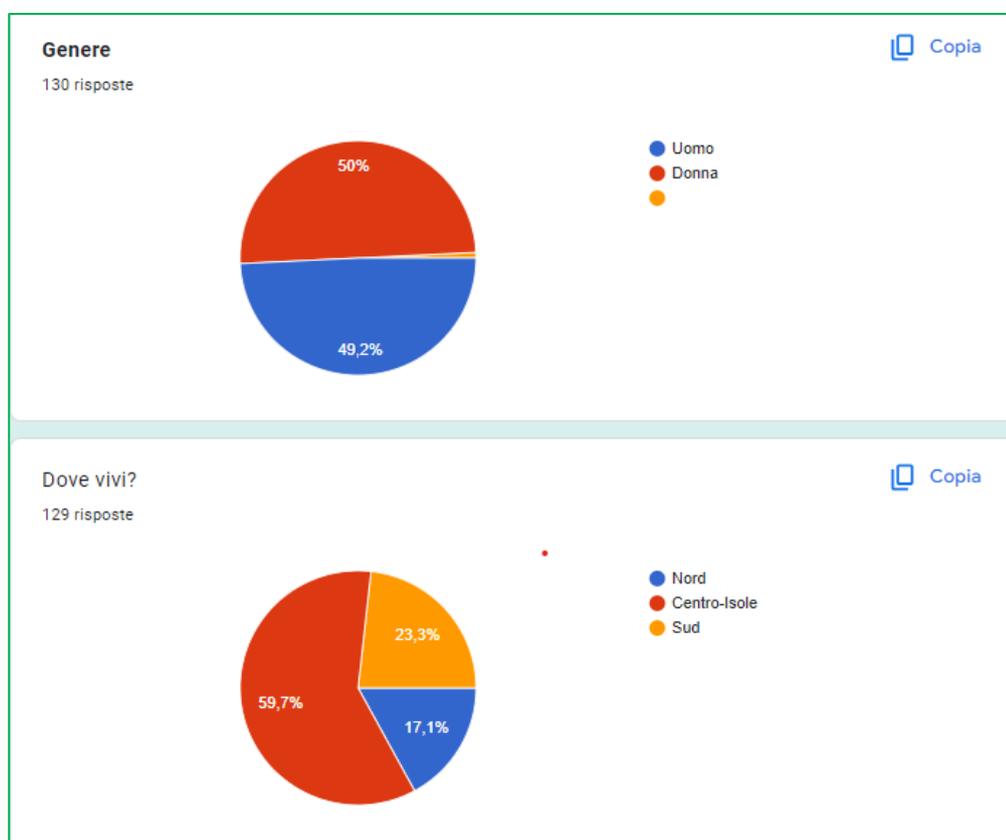
Non compro

### **13. Hai suggerimenti su come ridurre lo spreco alimentare o promuovere un consumo più sostenibile nella moda**

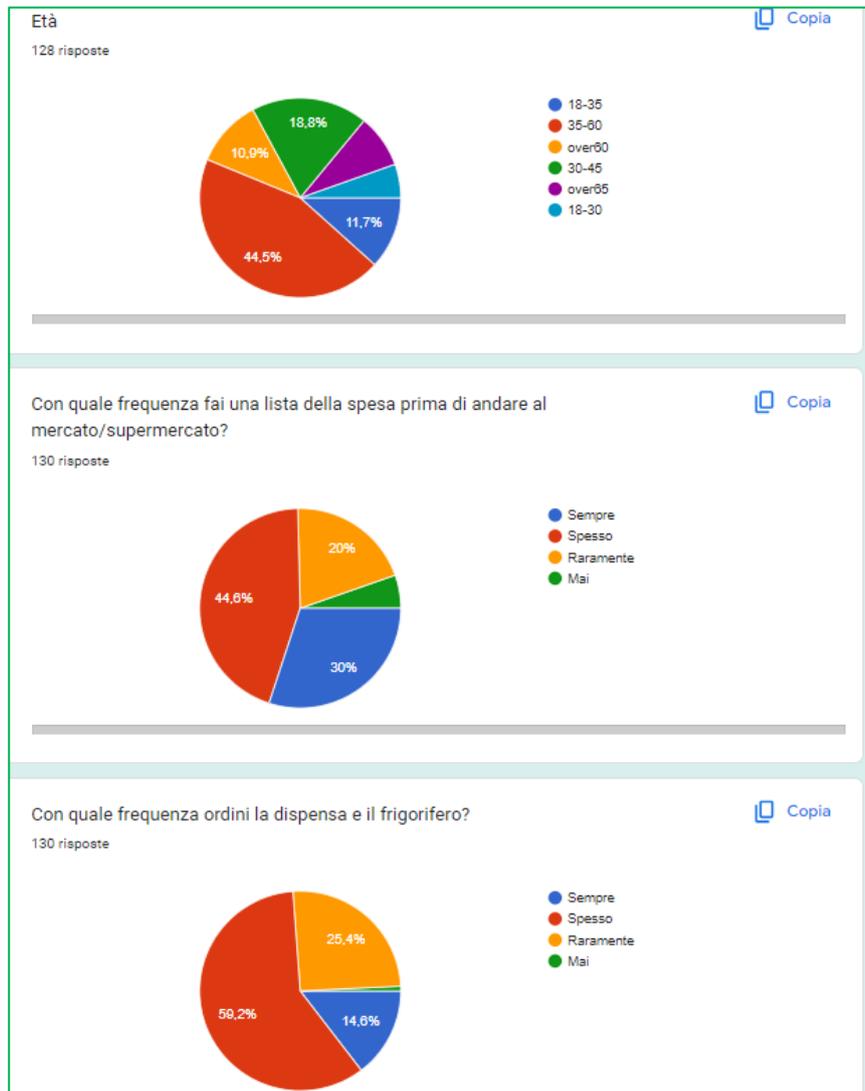
RISPOSTA APERTA

## Risultati

Il questionario ha ottenuto una significativa partecipazione da parte del pubblico, con 130 consumatori che hanno risposto, fornendo dati preziosi per il proseguimento del progetto. I risultati evidenziano tendenze e comportamenti chiave su cui si baseranno le attività di sensibilizzazione e formazione successive.



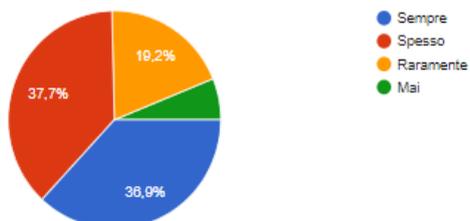
AVVISO N. 2/2023 PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2023.



AVVISO N. 2/2023 PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E  
PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI  
DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO  
2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2023.

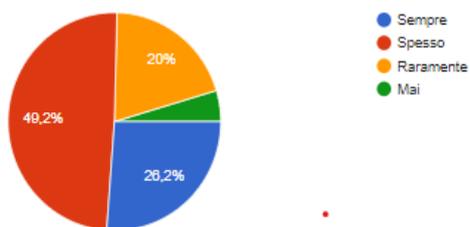
Con quale frequenza eviti di acquistare cibo di cui non hai bisogno (ad esempio, cibo  
deperibile che hai già a casa) [Copia](#)

130 risposte



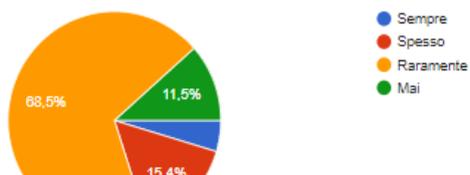
Quante volte pianifichi i pasti prima di fare la spesa? [Copia](#)

130 risposte



Quante volte butti il cibo scaduto, di cui non ti eri accorto, in una settimana? [Copia](#)

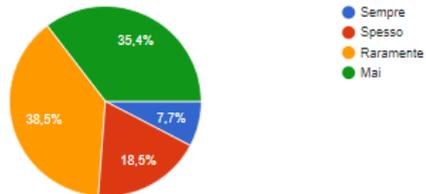
130 risposte



AVVISO N. 2/2023 PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2023.

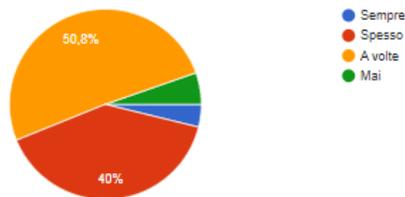
Usi gli scarti alimentari per cucinare (es. bucce di patate, carote, mele che stanno appassendo etc)? [Copia](#)

130 risposte



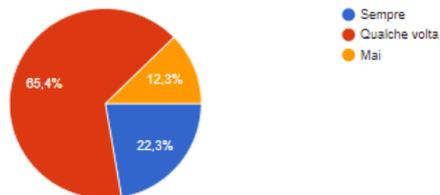
Quante volte acquisti prodotti locali, a km0? [Copia](#)

130 risposte



Quante volte compri nei negozi fisici della fast fashion (Zara, H&M, OVS etc..)? [Copia](#)

130 risposte

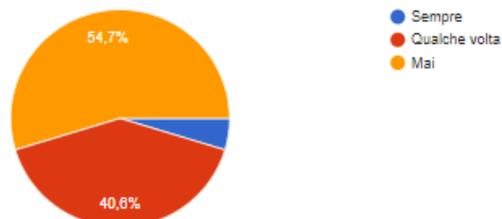


AVVISO N. 2/2023 PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2023.

#### Quante volte compri da questi negozi online?

[Copia](#)

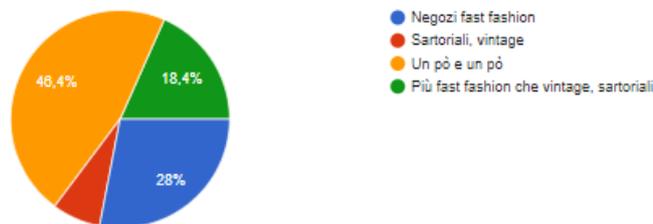
128 risposte



#### Compri su negozi di fast fashion o in mercati vintage/artigianali/sartorie?

[Copia](#)

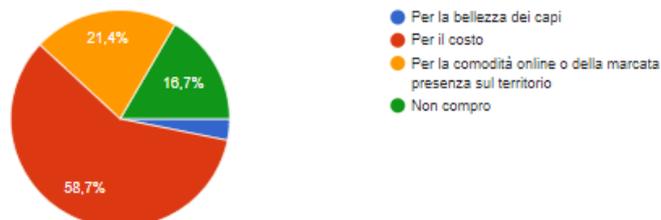
125 risposte

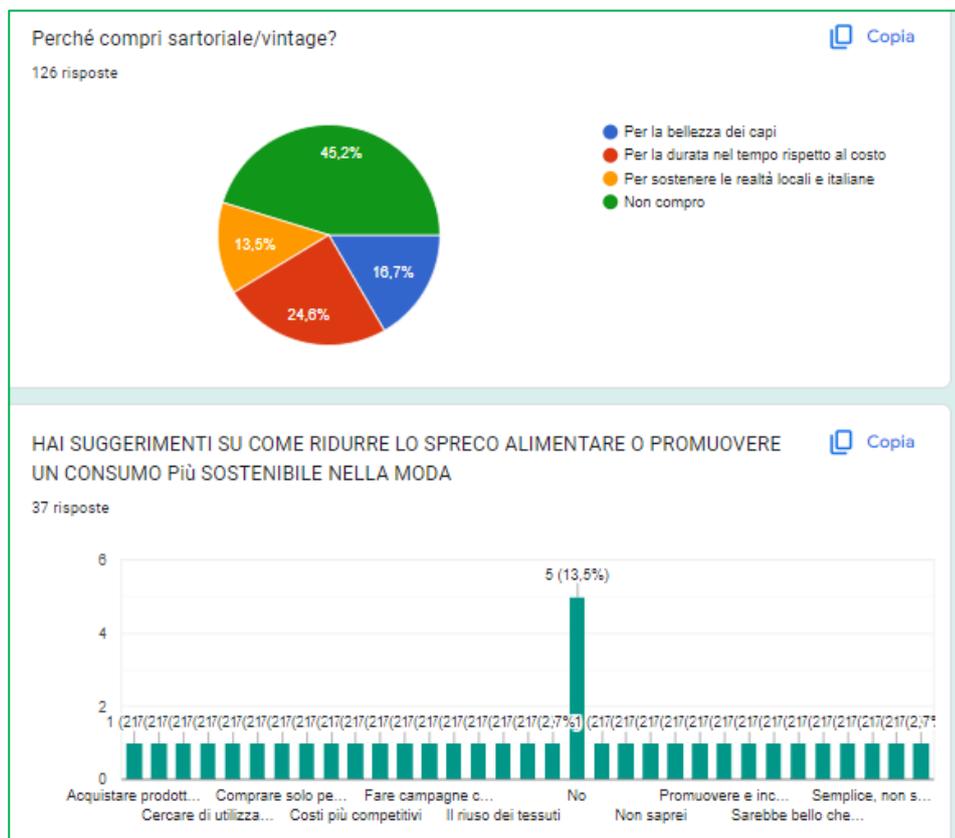


#### Perché compri fast fashion?

[Copia](#)

126 risposte





## Profilo dei partecipanti

La maggior parte dei partecipanti proviene dal Centro-Isole d'Italia e appartiene alla fascia d'età compresa tra i 18 e i 45 anni. Questo target fornisce una panoramica delle abitudini di consumo di una popolazione attiva e rappresentativa delle dinamiche di spesa quotidiane.

## Abitudini di spesa alimentare

- **Lista della spesa:** la maggior parte degli intervistati ha dichiarato di fare "sempre" o "spesso" una lista della spesa prima di recarsi al supermercato. Questo suggerisce una certa consapevolezza e pianificazione nei propri acquisti alimentari.
- **Ordine della dispensa:** le risposte variano tra "spesso" e "raramente" quando si tratta di ordinare la dispensa e il frigorifero. Questo potrebbe indicare un'attenzione variabile verso la gestione delle scorte alimentari domestiche.
- **Evitare gli acquisti inutili:** un numero significativo di partecipanti ha affermato di evitare frequentemente di acquistare cibo di cui non ha bisogno, mostrando una tendenza verso la riduzione degli sprechi alimentari.

- **Pianificazione dei pasti:** molti dei consumatori dichiarano di pianificare i pasti prima di fare la spesa, con una tendenza a farlo sempre o spesso. Questo comportamento può contribuire a un uso più efficiente delle risorse alimentari, evitando sprechi.
- **Spreco alimentare:** la maggioranza degli intervistati butta raramente il cibo scaduto. Ciò può essere interpretato come un indicatore positivo, dimostrando una certa attenzione alla conservazione degli alimenti.
- **Uso degli scarti alimentari:** la maggior parte delle persone ha dichiarato di non utilizzare gli scarti alimentari per cucinare, evidenziando un'opportunità di miglioramento in termini di sostenibilità domestica.

### **Abitudini di acquisto e moda sostenibile**

- **Prodotti locali:** circa metà dei partecipanti acquista prodotti locali a km 0 "a volte" o "spesso". Questo dato sottolinea una sensibilità crescente verso il consumo sostenibile e il supporto all'economia locale.
- **Fast Fashion:** la maggioranza dei consumatori acquista nei negozi di fast fashion (Zara, H&M, OVS, ecc.), indicando una preferenza per questo tipo di prodotti sia nei negozi fisici che online. Tuttavia, esiste una significativa percentuale di persone che cerca di equilibrare gli acquisti tra fast fashion e negozi artigianali/vintage.
- **Motivazioni per gli acquisti:** la maggior parte dei partecipanti acquista fast fashion per il costo e la comodità. Di contro, chi opta per prodotti sartoriali o vintage lo fa principalmente per la bellezza dei capi e per la durata nel tempo, evidenziando una dicotomia tra la ricerca della convenienza e la valorizzazione della qualità.

### **Suggerimenti per ridurre lo spreco**

Alla domanda aperta sui suggerimenti per ridurre lo spreco alimentare o promuovere un consumo più sostenibile nella moda, alcune risposte hanno evidenziato l'importanza di:

- Fare campagne informative per sensibilizzare la popolazione.
- Incentivare la spesa a km 0 e l'uso di prodotti locali.

Questi dati rappresentano un punto di partenza per sviluppare ulteriori iniziative all'interno del progetto **Econgusto**, volte a promuovere una maggiore consapevolezza sui temi della sostenibilità alimentare e della moda responsabile.

## Conclusioni

Questo report si basa su un test iniziale necessario per comprendere il livello di conoscenza e il comportamento dei consumatori target di progetto al fine di poter calibrare le attività future progettuali sul medesimo target.

L'obiettivo sarà migliorare la consapevolezza del proprio comportamento e offrire una serie di azioni che aumentino il livello di conoscenza dei consumatori.

Proprio per questo, il test sarà ripetuto a fine progetto.