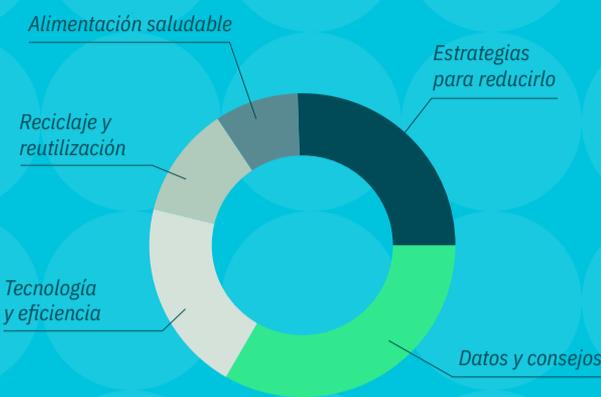


QUIÉN Y CÓMO SE HABLA DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

PlanB ha llevado a cabo este estudio, como iniciativa de los Bancos de Alimentos, con el fin de analizar la conversación sobre la lucha contra el desperdicio.

La conversación sobre el desperdicio de alimentos se centra en:



Origen de las menciones:

La mayor parte de la conversación es abordada por cuentas privadas o institucionales, que se centran en concienciar sobre el problema y promover cambios de comportamiento.

60%

Conversación con intereses privados o institucionales

40%

Conversación desde el punto de vista individual

Fesbal y las acciones que nombran a los Bancos de Alimentos representan un **13%** en el volumen de la conversación.

¿Cómo se distribuyen los usuarios?

La prensa generalista domina la conversación sobre el desperdicio, frente a empresas, marcas y actores políticos.

Por el contrario, la influencia de asociaciones, influencers y cuentas especializadas en sostenibilidad es menor.

42%

- Medios generalistas
- Medios especializados
- Empresas y marcas
- Entorno político

- Asociaciones y organizaciones
- Cuentas de sostenibilidad y medio ambiente
- Influencers

Medios de comunicación

La sinergia entre los medios generalistas, especializados y entorno político sugiere que la difusión de información relacionada con el desperdicio alimentario no es un esfuerzo aislado, sino el resultado de un esfuerzo colectivo.

El Periódico

Los tres medios más activos son:

RTVE

Periódico de Aragón

Entorno político

La actualidad desplaza la atención de los partidos políticos hacia temas más inmediatos, relegando la cuestión del desperdicio alimentario a un segundo plano.

Ministerio

Ayuntamiento de Madrid

Ayuntamiento de Valencia

Las cuentas más activas son:

Empresas y marcas

Las empresas amplían su compromiso con la reducción del desperdicio alimentario a través de colaboraciones innovadoras, campañas de concienciación, economía circular, sostenibilidad y avances tecnológicos.

Grupo Ebro

Alcampo

Mercamadrid

Los tres medios más activos son:

Organizaciones y asociaciones

Están enfocadas en impulsar la toma de conciencia y la acción contra el desperdicio de alimentos, compartiendo estadísticas y promoviendo la educación para prácticas sostenibles a nivel individual y político.

Retorna

Amigos de la tierra

WWF España

Amigos de la tierra

WWF España

Territorios de conversación destacados

Sensibilización y educación ambiental

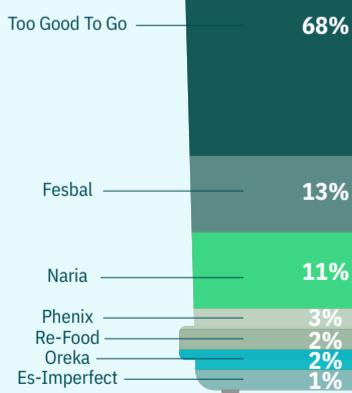
Medioambiente y recomendaciones

Tecnologías innovadoras y métodos eficientes en el proceso de reducción del desperdicio alimentario

¿Quién lidera la conversación sobre el desperdicio alimentario?

En cuanto a las principales empresas que han integrado la gestión del desperdicio de alimentos en su modelo de negocio, observamos una preponderancia significativa de Too Good To Go, que ostenta un notable 68% del diálogo en este ámbito.

En una segunda posición, encontramos a Fesbal y las acciones que nombran a los Bancos de Alimentos, ambos vinculados con iniciativas de lucha contra el desperdicio alimentario, representando un 13% en el volumen de conversación.



Keywords utilizadas en el estudio

Palabras asociadas al desperdicio de alimentos: desperdicio, excedente, segunda vida, reciclaje, reutilización, rescate, frutas, verduras, comida, supermercados, Food Waste, Food upcycling, alimento sobrantes, alimentos no utilizados, sobras, alimentos no vendidos, alimentos no aprovechados...

Palabras asociadas a los bancos: bancos de alimentos, Fesbal, cuentas, acciones y nombres de los bancos de alimentos de España.

Palabras asociadas a otras empresas: Naria, Too Good To Go, Phoenix, Oreka, Es-Imperfect, Re-Food.