

29. září - Mezinárodní den osvěty o potravinových ztrátách a snižování plýtvání

27.9.2023 - Radek Janoušek | Uklidme Česko z.s.

Mezinárodní den informovanosti o potravinových ztrátách a plýtvání (vyhlášený OSN v roce 2019) je příležitostí vyzvat k akci jak veřejný sektor (národní nebo místní orgány), tak soukromý sektor (podniky a jednotlivce) a také stanovit priority těchto akcí. Pokročit s inovacemi s cílem snížit ztráty a plýtvání potravinami a budovat lepší a odolnější potravinové systémy.



Patronem letošního Mezinárodního dne osvěty o potravinových ztrátách a snižování plýtvání projektu www.EKOkalendar.cz je společnost Unilever, jeden z největších světových výrobců potravin a výrobků pro péči o tělo a domácnost. Hlavní hodnotou je udržitelné a zodpovědné podnikání – od pěstování a nákupu surovin, přes výrobu po dodání zboží do prodejen až po samotné nakládání s obaly. Zásadní je podpora inovací a výzkumu jako hlavního motoru udržitelnosti.

Až třetina světové produkce potravin končí každoročně nevyužita na skládkách. Ukládání odpadů na nich je podstatným přispěvatelem skleníkových plynů, a to nejen oxidu uhličitého, ale i metanu. Ekologie, stejně jako samotné plýtvání potravinami při několika set milionech hladovějících obyvatel planety nutí společnosti k zavádění preventivních kroků proti bezúčelnému plýtvání.

Společnost Unilever dlouhodobě pracuje na omezení plýtvání potravinami a edukaci o tomto tématu, přičemž uvědoměle cílí na snížení produkce odpadu ve všech stupních výroby zboží svých značek. Zavázali jsme se, že do roku 2025 (oproti 2020) **snížíme plýtvání potravinami na polovinu v našich globálních provozech od výroby až po prodejny.** Každoročně o našem pokroku transparentně informujeme (od 2020 každoročně zveřejňujeme množství našeho potravinového odpadu v rámci operativy – továrny, logistická a distribuční centra až po dodání k našim obchodním partnerům, tedy o pokroku k našemu závazku snížit náš potravinový odpad o

polovinu do 2025). Odpad z výroby především zahrnuje nevyužité suroviny vznikající při zpracování a také přebytky před expirací, které už nelze prodat. Pokročilá práce s daty a jejich analýza sofistikovanými programy, aplikace pro gastronomické podniky k výpočtu potřebných surovin i samotné šíření osvěty o plýtvání potravinami pomáhá jako aktivní prevence vzniku odpadů ve výrobních a zpracovatelských závodech. Například **prostřednictvím značky Hellmann's upozorňuje společnost Unilever již pátým rokem na fenomén lednicové slepoty** a buduje povědomí o plýtvání potravinami v České republice.

Nejlepší odpad je ale vždy ten, který nevznikne. Proto Unilever zavedl strategii pro nakládání s odpadem a předcházení tvorby potravinového odpadu ve výrobě. Moderní procesy výroby jsou nastaveny tak, aby využívaly suroviny efektivněji a případné odpady se stále zpracovávaly jiným způsobem napříč závodem. U potravin se přímo nabízí například použití zbytků jako krmiva pro zvířata, kompostování či produkce bioplynu pro energetickou soběstačnost závodů udržitelnou cestou. Nevyužité potravinové suroviny tedy končí na skládkách jen v minimu případů se snahou darování na dobročinné účely. Těmito kroky se snaží inspirovat i konečné spotřebitele k zamezení plýtvání u sebe doma.

Veškeré zboží, u kterého je garantována zdravotní bezpečnost i po lhůtě spotřeby společnost daruje na lokální potravinové banky a charity. Nejen potraviny, ale i čistící a kosmetické zboží. Dlouhodobě tak Unilever spolupracuje například s Federací potravinových bank, které v minulém roce věnoval 103,6 tun potravin a dalšími charitami, jako např. Fond Veroniky Kašákové, organizací Klokánek nebo Zachraň jídlo apod. Právě možnosti darování potravin a drogistického zboží mohou být cestou jak zamezit plýtvání a zároveň podpořit potřebné.

Už nyní se Unileveru díky správně nastaveným zodpovědným strategiím podařilo snížit počet neprodejných potravin meziročně o 33 %.

Nejen Den proti plýtvání...

Dalších více než 240 dnů a svátků týkajících-se životního prostředí, včetně podrobnějších informací o nich, najdete v [EKOkalendáři](#) spolku Uklidme Česko. A jako bonus i [365 EKOTipů](#) na každý den... Tištěný EKOkalendář pro rok 2024 pak lze zakoupit na [Fan-Shopu](#) spolku Uklidme Česko.

O společnosti Unilever

Unilever je jedním z předních světových dodavatelů produktů pro krásu, osobní péči, péči o domácnost, a také potravin a zmrzliny s prodejem ve více než 190 zemích a produkty, které každý den používá 3,4 miliardy lidí. Zaměstnává 127 000 zaměstnanců, v roce 2022 jsme vygenerovali tržby ve výši 60,1 miliardy EUR. V domácnostech po celém světě najdete přibližně 400 značek, včetně ikonických světových značek jako Dove, TRESemmé, Rexona, Axe, Hellmann's, Knorr, Magnum, Domestos, Savo a Surf, a dalších značek jako Seventh Generation či The Vegetarian Butcher.

Naší vizí je být globálním lídrem v udržitelném, zodpovědném a progresivním podnikání. Unilever Compass, naše udržitelná obchodní strategie, pohání náš výkon a udržitelný a odpovědný růst. Zaměřuje se na aktuální výzvy dnešní doby především v oblasti sociální a enviromentální.

Unilever byl založen v roce 1930 a svou českou pobočku zřídil v roce 1991. Unilever v Česku a na Slovensku zaměstnává 330 zaměstnanců.

Více informací o Unileveru naleznete na našich značkách naleznete na www.unilever.com a

www.unilever.cz

Kontakt pro další informace:

Radek Janoušek

Spolek Uklidme Česko

777 176 675,

radek@uklidmecesko.cz