HELLMANN'S
EST.1913
JSME NA STRANĚ
JÍDLA

PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI
PROČ JE TO PROBLÉM?

1/3 JÍDLA SE GLOBÁLNĚ NA CELÉM SVĚTĚ VYPLÝTVÁ

= více než 1,3 miliardy tun potravin ročně

= dostatek pro 2 miliardy lidí

800M (1z 9 lidí na světě)
je ohroženo hladem

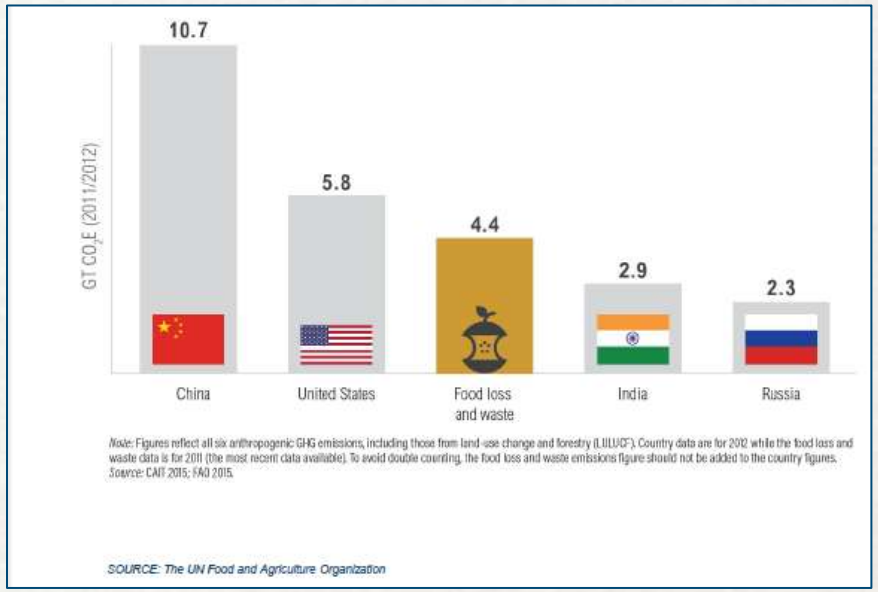
Source FAO

DOPAD NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ JE ZÁSADNÍ

Pokud by existovala země jménem PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI,

*byla by to **3. největší mocnost světa v produkci skleníkových plynů.***

Hned po Číně a USA



Potravinový systém je v USA zodpovědný za čtvrtinu produkce skleníkových plynů. Z toho celá třetina má původ v plýtvání potravinami.

V Kanadě tvoří 20 % metanových emisí právě hnijící potraviny na skládkách.

Pokud by v se UK každý okamžitě přestalo plýtvat potravinami, snížilo by to produkci minimálně 17 milionům tun oxidu uhličitého. To je stejné, jako kdyby přestalo jezdit 1 z 5 aut po britských silnicích.

HELLMANN'S EST.1913

PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI JE Z HLEDISKA FINANCÍ ČERNÁ DÍRA

POTRAVINOVÝ ODPAD VEDE K PŘÍMÝM FINANČNÍM ZTRÁTÁM V HODNOTĚ
1 BILION AMERICKÝCH DOLARŮ
ROČNE.

.....

Jen pro srovnání, pokud bychom chtěli zabezpečit pitnou vodu a kanalizaci globálně, stálo by to **150 miliard dolarů**.

SOURCES: US: NRDC. UK: WRAP 2016. LATAM: FAO. Canada: LPHW

Navíc odhadovaná ztracená hodnota zboží a služeb v ekosystému a ztráta spojená s degradacích přírodních zdrojů se rovná

2,6 bilionu dolarů.

Tato částka je vyšší než HDP některých z největších světových ekonomik, jako je například Brazílie, nebo Kanada.

.....

Jinými slovy,

dostatek finančních prostředků k vybudování

57 tisíc škol nebo 12 tisíc plně vybavených nemocnic

po celém světě každý rok.

HELLMANN'S EST.1913

NAŠTĚSTÍ SE ČÍM DÁL VÍCE LIDÍ O PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI ZAJÍMÁ

……..

70 % dotázaných lidí po celém světě souhlasí s tím, že omezení plýtvání potravinami se stalo důležitou součástí jejich životů. Skoro stejně tak jako jejich pohled na zdravou stravu.

„plýtvání potravinami je problém, který mě znepokojuje“

je jedna z běžných odpovědí v souvislosti s jídlem.

TOP 3

důvody k omezení plýtvaní

1. **Plýtvání penězi!**
2. **Špatné svědomí, pokud si uvědomím, že plýtvám jídlem a ve stejnou chvíli někdo trpí hladem.**
3. **Není to dobrý příklad pro naše děti.**

SOURCE: Hellmann's Purpose Toluna Global Review, US, UK, BR, ARG - 2018. / Edelman Food Waste Global Study, 2017 / NRDC Report US.

BOHUŽEL SI NE VŽDY PŘIZNÁVÁME, ŽE **MY SAMI JSME SOUČÁSTÍ PROBLÉMU**

75 % dotázaných lidí tvrdí:

„Já potravinami neplýtvám!“

Obecně věříme, že děláme maximum pro to, abychom zbytečně nevyhazovali jídlo. Věříme, že ten problém se děje někde jinde v systému, například na straně supermarketů nebo výrobců.

Skutečnost je však jiná

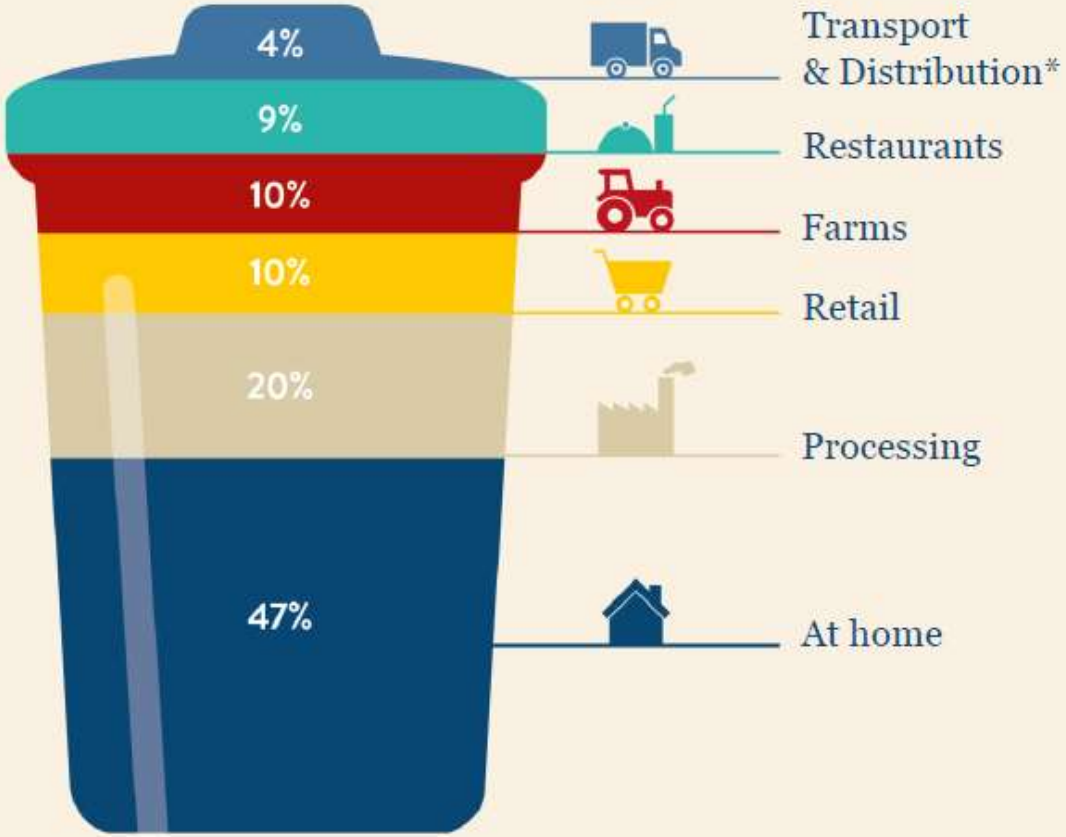
Pokud se sami sebe zeptáme, co vyhazujeme, realita se velmi liší. I ti, kteří tvrdí, že vůbec neplýtvají, nakonec uznají, že to nemusí vždy být pravda.

Ve skutečnosti, všichni plýtváme. Denně nebo týdně. Plýtvání potravinami je problémem i v domácnostech.

SOURCE: Global Food Waste Study Edelman: US, BR, ARG - 2017 / BAMM Millennials research, US, BR, UK – 2019.

PŘESTO 40 % VYPLÝTVANÝCH POTRAVIN NA SVĚTĚ POCHÁZÍ Z NAŠICH **DOMÁCNOSTÍ**

CANADA:



UK:

- **70%** At home
- **17%** Manufacturing
- **9.5%** Hospitality
- **3.5%** Grocery, retail and wholesale sectors *(which include supermarkets).*

US:

- **43%** At home
- **17%** Restaurants
- **16%** Farms
- **13%** Retail
- **8%** Institutions
- **8%** Government

LATAM:

Top 3 countries that waste most food:

Argentina – 16M tons.
Brazil – 15M tons.
Mexico – 11M tons.

- **28%** At home
- **28%** Production
- **17%** Marketing & Distribution
- **22%** Handling & storage
- **6%** Processing

SOURCES: US: NRDC. UK: WRAP 2016. LATAM: FAO. Canada: LFHW

FOOD
JÍDLO

ČEŠI A SLOVÁCI NEJSOU V PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI VÝJIMKOU

40 %
Z VYPLÝTVANÉHO JÍDLA POCHÁZÍ Z DOMÁCNOSTÍ*

53 %
Z VYPLÝTVANÉHO JÍDLA POCHÁZÍ Z DOMÁCNOSTÍ **

- Counting the Cost of Food Waste: EU Food Waste Prevention (in: http://zachranjidlo.cz/kolik-se-plytva/)
- **https://www.hypoindex.cz/tiskove-zpravy/rocne-konci-kosi-830-tun-potravin-domacnosti-mesicne-vyhodi-jidlo-za-1700-korun/

NEMÁM ČAS & NEMÁM INSPIRACI

JSOU 2 NEJČASTĚJŠÍ BARIÉRY PRO VAŘENÍ DOMA

2/3

ČECHŮ A SLOVÁKŮ TVRDÍ, ŽE JÍDLO VYHAZUJÍ NA MĚSÍČNÍ BÁZI

‘ZBYTKY Z OBĚDA’ & ‘NEVÍM, CO ZBYLO V LEDNICI’

JSOU 2 NEJČASTĚJŠÍ DŮVODY, PROČ ČEŠI A SLOVÁCI PLÝTVAJÍ JÍDLEM.

ČERSTVÉ POTRAVINY JSOU TĚMI, KTERÝMI PLÝTVÁME NEJČASTĚJI

66 %

TĚCH, KTEŘÍ PLÝTVAJÍ, VĚTŠINOU NEVÍ, CO BY UVAŘILI, KDYŽ SE PODÍVAJÍ DO LEDNICE.

75 %

ČECHŮ A SLOVÁKŮ SOUHLASÍ S TÍM, ŽE „LEDNIČKOVÁ SLEPOTA“ JE BĚŽNÝ JEV V DOMÁCNOSTI

‘VYHOZENÉ PENÍZE’, ’HODNĚ ZDROJŮ’ & ‘VÍCE ODPADU’

3 NEJVĚTŠÍ PROBLÉMY, KTERÉ MÁ ZA NÁSLEDEK PRÁVĚ „LEDNIČKOVÁ SLEPOTA“

Source: IPSOS & Unilever ‘Fridge Blindness’ study. January 2019. Base = CZ N=520, SK N=510

HELLMANN'S CZ&SK: PŘÍLEŽITOSTI A VÝZVY, KTERÝM ZNAČKA ČELÍ

Skvělá penetrace

Hellmann's je ve většině českých a slovenských domácností, má tedy neuvěřitelný vliv na přímou komunikaci k zákazníkovi

Silná Brand Equity.

Hellmann's dlouhodobě drží dobrou reputaci, co se týká kvalitních ingrediencí a chuti! Je to značka, na kterou se můžou zákazníci spolehnout.

Asociace k tradičním pokrmům

Není to jen smažák nebo květák. Vánoční bramborový salát nebo příprava chlebíčků při vzácných příležitostech jsou už historicky spojeny s Hellmannn's.

Zvyklosti ve vaření se ale mění

Hellmann's musí setrvat v tom být inspirativní a stále on trend volbou pro spotřebitele.

HELLMANN'S: ČEMU V SRDCI VĚŘÍME

Věříme, že každé jídlo má svou hodnotu. Pro nás, nebo pro životní prostředí

Věříme, že jídlo je příliš dobré na to, aby se jím plýtvalo!

Věříme, že stejně tak jako každý z nás, tak i společně můžeme věci ZMĚNIT.

Věříme, že můžeme změnit potravinový systém od jeho začátku po jeho konec.

Hellmann's POSLÁNÍ

Pomáháme každému, kdo si chce užít skvěle chutnající poctivé jídlo a vychutnat si ho do posledního sousta.
Bez zbytečného plýtvání.

S CHTUÍ BEZE ZBYTKU

Naše lednice

EPICENTRUM PLÝTVÁNÍ POTRAVINAMI

Zodpovědná za 87% vyplýtvaného jídla v domácnostech

Nevyužíváme to, co nakoupíme...

1. *Po práci jsme unavení a nechce se nám ještě dlouze vařit jídlo*
2. *Nemáme inspirace, či dostačující dovednosti*
3. *Nemáme čas vařit a vymýšlet nová jídla z toho, co už doma zbylo*

NEJVÍCE VYPLÝTVANÝMI POTRAVINAMI JSOU TY ČERSTVÉ ZELENINA, OVOCE, CHLÉB.

TOTO JE TEN MOMENT, KDY HELLMANN'S MŮŽE POMOCI

A hrátlegitimní roli v dodání chuti všemu, co už doma máme – zelenině, chlebům, a dalším zapomenutým potravinám.

JAK TEDY MŮŽE HELLMANN‘S POMOCI?

Pokud může Hellmann‘s zpracovat a dodat chuť surovinám, kterými nejvíce plýtváme, pak můžeme společně předejít plýtvání potravinami v našich domácnostech.

Jak na to jde Hellmann‘s?

Jednoduché recepty

Ze surovin, které běžně doma máme

Příprava do 30 minut

Nic víc než běžné kuchyňské potřeby.

Ze zbylé zeleniny a vždy přítomných těstovin se dají vždy s Hellmann‘s připravit **SKVĚLÉ KRÉMOVÉ TĚSTOVINY**

Ze všudypřítomné letní cukety, pár dalšími surovinami a hlavně s Hellmann‘s se dá vyčarovat **PRVOTŘÍDNÍ GRATINOVANÁ CUKETA**

K večeři nikdy neurazí **DOMÁCÍ POMAZÁNKA** na křupavém pečivu ze surovin, které v lednici vždycky zbydou. A s Hellmann‘s, jak jinak.

HELLMANN'S
EST.1913

JAKÝ JE PŘÍNOST HELLMANN'S MEZINÁRODNÍHO POSLÁNÍ?

1. Zachraňovat jídlo od jeho zbytečného vyhazování tak, že pomůžeme lidem proměnit zbylé potraviny na skvěle chutnající jídla, a tím snížit negativní dopad na planetu. **Odpovídá SDG 12.3 (podsekce 12) „snížit v přepočtu na hlavu na polovinu globální plýtvání potravinami“**
2. Podpořit redistribuci jídla z míst, kde je ho přebytek (tudíž z míst, kde je větší pravděpodobnost plýtvání) k těm, kdo to potřebují. **Odpovídá SDG 2 „konec hladu“**

HELLMANN'S EST.1913

PŘÍBĚH KAMPANĚ

OTÁZKA K ŘEŠENÍ	Lidi hledají nápady, jak využít suroviny, které jim zbyly v lednici či spižírně.
ZA ČÍM SI STOJÍME	**V Hellmann‘s jsme na straně jídla** a věříme, že jídlo je příliš dobré na to, aby se jím plýtvalo. Věříme, že i z opravdu mála ingrediencí, případně zbytků, se dá udělat skvěle vypadající a báječně chutnající jídlo.
Hellmann‘s ROLE	**Hellmann‘s pomáhá lidem vidět možnosti, jak zpracovat jídlo v jejich lednici**. Hellmann‘s rozšiřuje povědomí o problému a nabízí tipy a triky jak neplýtvat a inspiraci na lahodné recepty, se kterými nepřijde ani kousek jídla nazmar.
ZMĚNA V CHOVÁNÍ	**Ledničková slepota – koukáme se do lednice a většinou si řekneme, nic tam není**
CALL TO ACTION	**Hellmann’s nám pomáhá vidět suroviny lednici s mnoha možnostmi, jak je zpracovat.** **Pokud máme v lednici HELLMANN‘S, máme řešení.**

HELLMANN'S
EST.1913

MŮŽE BÝT SLÁVA
s Hellmann's
I Z MÁLA
S CHUTÍ BEZE ZBYTKU
JSME NA STRANĚ JÍDLA
HELLMANN'S
EST.1913
ORIGINÁL
MAJONÉZA
Z VOLNÉHO VÝBĚHU

Jak odrážíme zvyklosti českého stravování do Hellmann‘s kampaně?

1. SEO měsíční analýzy nejhledanějších receptů
2. TOP dish výzkum (Ipsos, prosinec 2021)
3. Čerpání zkušeností a vzácných poznatků partnerských institucí

Chicken is the most favourite protein

Rests of chicken spread

Most favourite side dish are potatoes and pasta

Simple potato salad

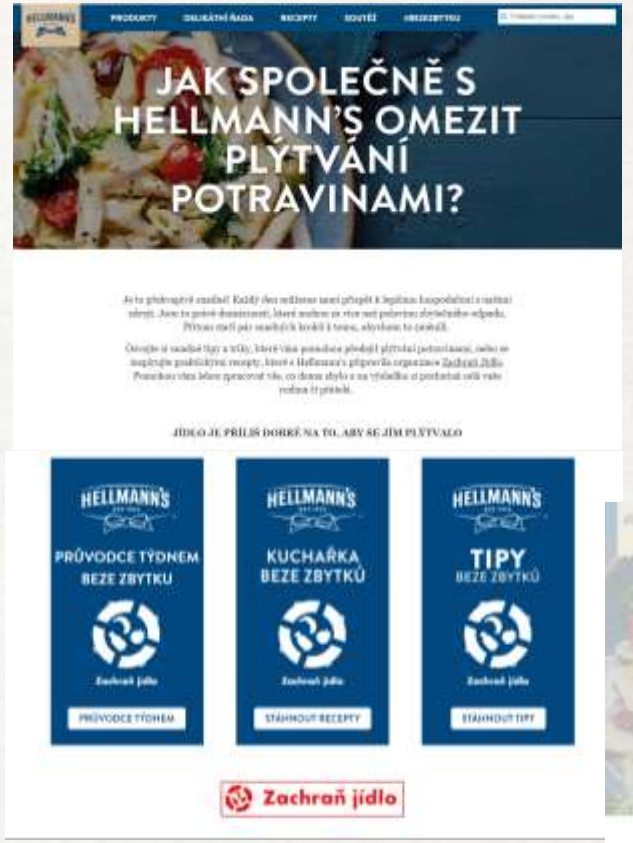
Czechs loves breads with any kinds of toppings including spreads

Bread with toppings

We combine all knowledge to food waste recipes relevant for Czechs and Slovaks

NABÍZÍME INSPIRACI, SE KTEROU NÁM POMÁHÁ MIMO JINÉ I SPOLEK ZACHRAŇ JÍDLO

Hellmann‘s.sk #bezozvysku



NoWaste guide pro všechny příležitosti jak zamezit plýtvání potravinami

Pop up okénko upzorňující na challenge a možnost stažení Ultimate Guide.

Click here to download NoWaste guidel

Fakt, že Food waste téma rezonuje v mysli spotřebitelů, potvrzují skvělé výsledky kampaně HELLMANN'S

Povědomí,
Kvalitní suroviny&
Udržitelnost

neodmyslitelné
Hellmann's teritorium

	Contains quality ingredients	Is popular	Offers inspiring recipes	Uses ingredients from sustainable sources	Uses claim: "Food is too good to be wasted"	Encourages sustainability around food	Fights food waste	Brand Average
Hellmann's	75% +3	91% -1	67% +5	47% +2	62% +8	48% +6	42% +5	62% +4
Konkurence A	17% +0	10% -1	17% -1	10% -3	7% -0	10% +1	9% +1	11% -0
Konkurence B	14% -3	9% -1	7% +0	8% +1	6% +1	9% +2	7% +1	9% +0
Konkurence C	13% +0	8% +1	3% -0	10% +2	4% +1	7% +0	5% -1	7% +0
Konkurence D	7% -5	5% -1	2% -0	6% -1	4% +1	5% -1	3% -2	5% -1
Konkurence E	7% -1	4% +1	2% -0	5% +2	2% +1	4% +2	3% +1	4% +1
Attribute Average	19% -1	18% -0	14% +1	12% +0	12% +2	12% +2	10% +1	14% +1

Question: Určete podle Vašeho vlastního domněnázoru, ke kterým značkám majonéz a tatarských omáček se hodí následující vlastnosti.. N1=512; N2=520
Source: Mindshare; Mfunnel campaign effectiveness measurement Hellmann's, 04/2021

SLP INDEX

126

HELLMANN'S je

BEZKONKURENČNÍ LÍDR

Ve spojení s vlivem na pozitivní změny ve společnosti

Source: Kantar, Sustainable living purpose tracking, November 2021

		FEB 20	OCT 20	NOV 21	
Above average	Hellmann's	121	115	126	
Below average		99	101	99	CZ competition
		96	91	94	
		107	96	92	
		90	88	92	

DĚKUJEME VÁM

HELLMANN'S
EST.1913