

Plýtvání potravinami v domácnostech

● MENDELU
● Provozně
● ekonomická
● fakulta



Ing. Lucie Veselá, Ph.D.
Mendelova univerzita v Brně

Ing. Irena Baláková, Ph.D.
Mendelova univerzita v Brně

T A
Č R

Tento projekt je spolufinancován se státní podporou Technologické agentury ČR a Ministerstva životního prostředí v rámci **Programu Prostředí pro život.**

www.tacr.cz www.mzp.cz

Projekt SS06010276: Zjištění objemu potravinového odpadu vyprodukovaného domácnostmi a vybranými typy příspěvkových organizací v hlavním městě Praha v kontextu využitelnosti těchto dat pro ohlašovací povinnost a snižování množství potravinového odpadu.



Cíle projektu Prague Food Waste

Získat data o množství a struktuře potravinového odpadu.

Identifikovat příčiny plýtvání potravinami a navrhnout možná řešení.

Poskytnout veřejné správě **manuál efektivního způsobu prevence vzniku potravinového odpadu v domácnostech**

Doporučit účinné komunikační nástroje pro **personalizovanou komunikaci s domácnostmi** směřující k prevenci vzniku potravinového odpadu.



Metody výzkumu plýtvání potravinami v domácnostech

Rozbory odpadů v různých pražských zástavbách

- Vyloučená lokalita, vilová zástavba, sídlištní zástavba, luxusní zástavba, venkovská zástavba



Dotazníkové šetření

- Byt v sídlištní zástavbě, byt mimo sídlištní zástavbu, dům v městské zástavbě, dům ve venkovské zástavbě (s užitkovou zahradou)



Individuální hloubkové rozhovory

- Typ bydliště (byt, dům s užitkovou zahradou, dům s okrasnou zahradou, sekundární bydlení (chata); výše příjmu; složení domácnosti (rodiny s dětmi/vícegenerační domácnosti, 1-2 členné domácnosti)

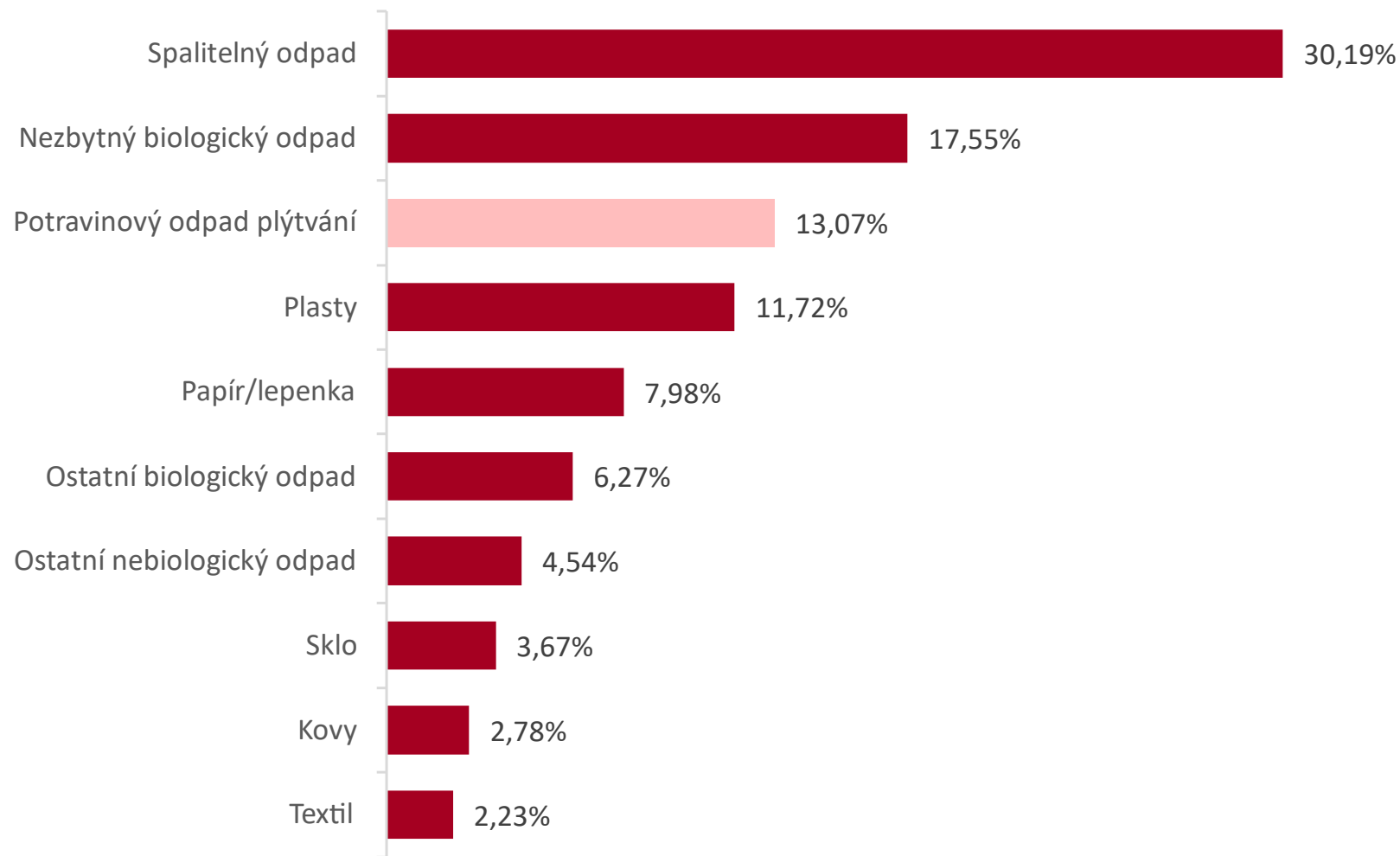


Výsledky výzkumu v pražských domácnostech

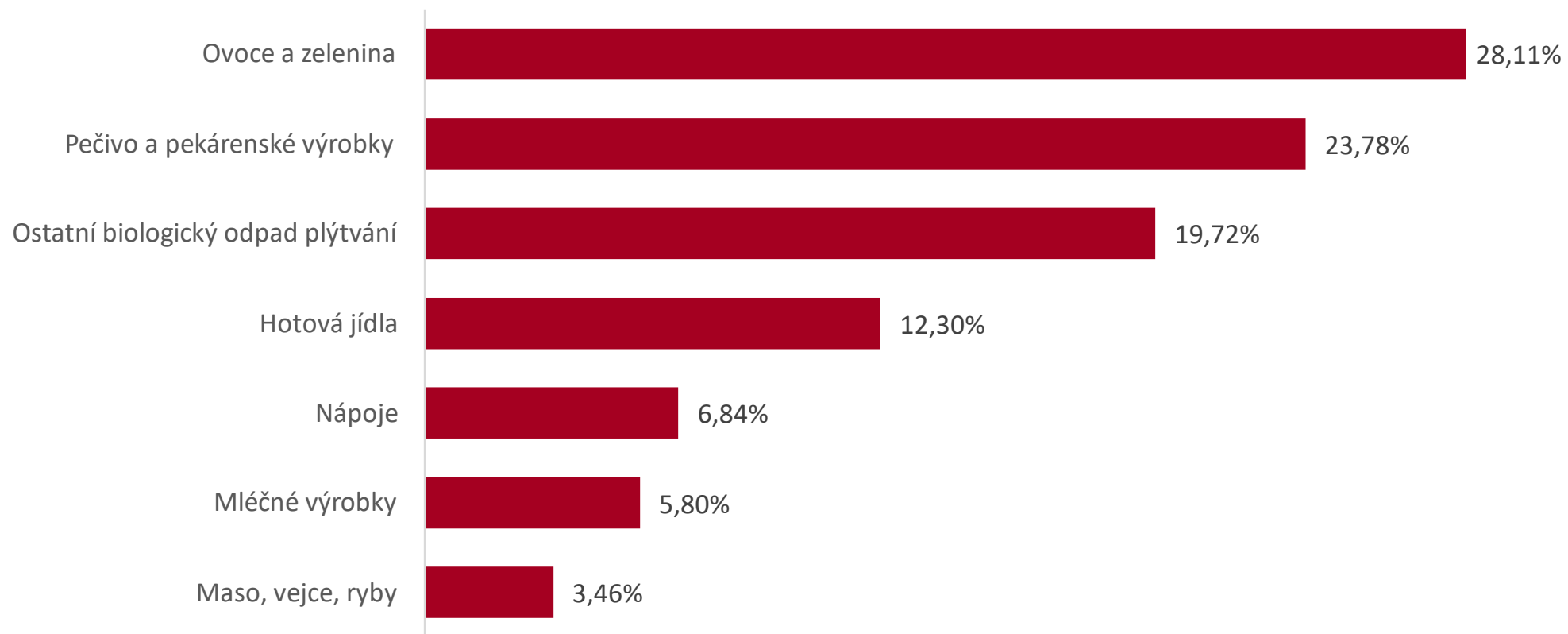
1) Rozbory odpadů



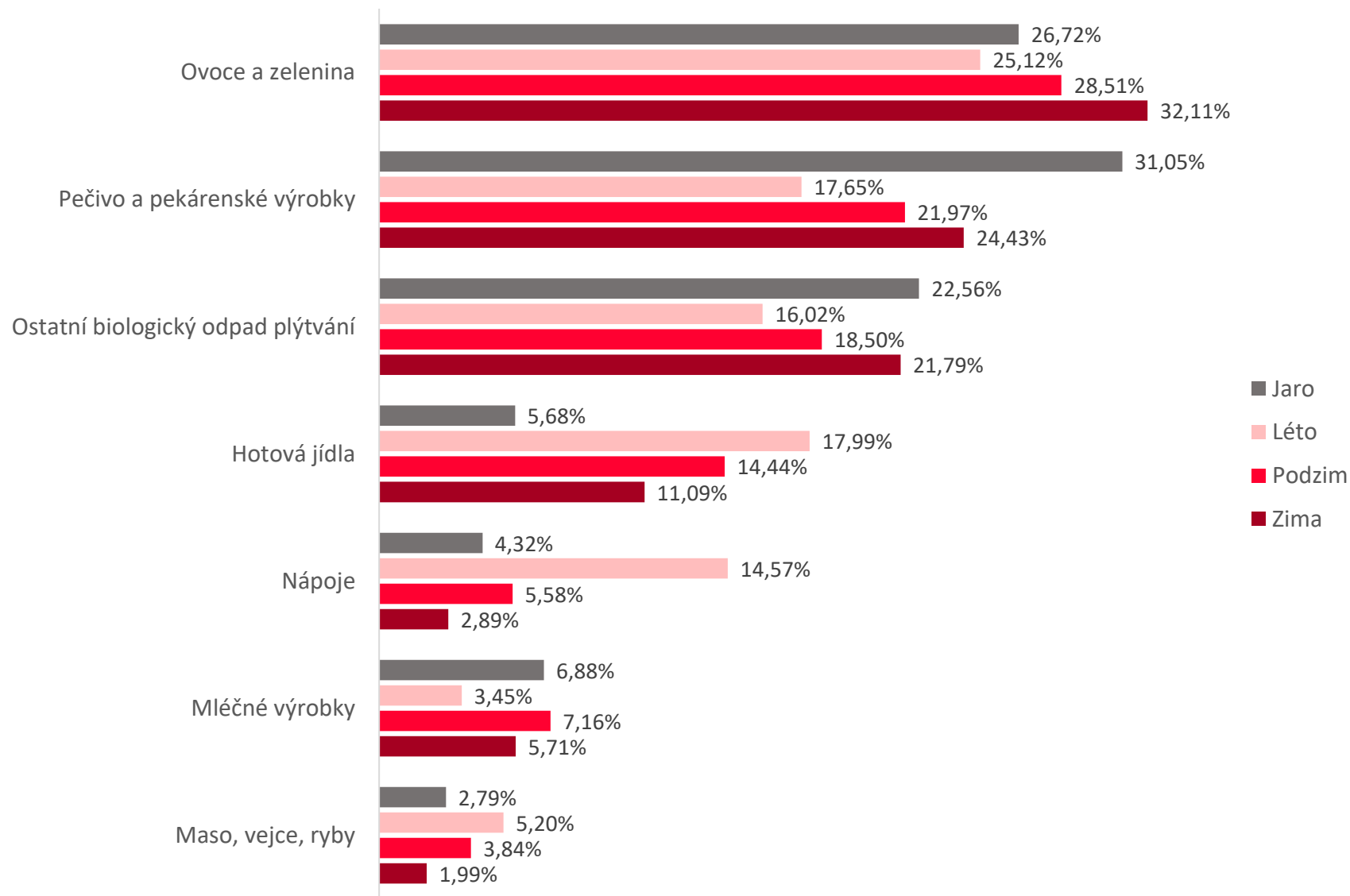
Struktura odpadu z domácností



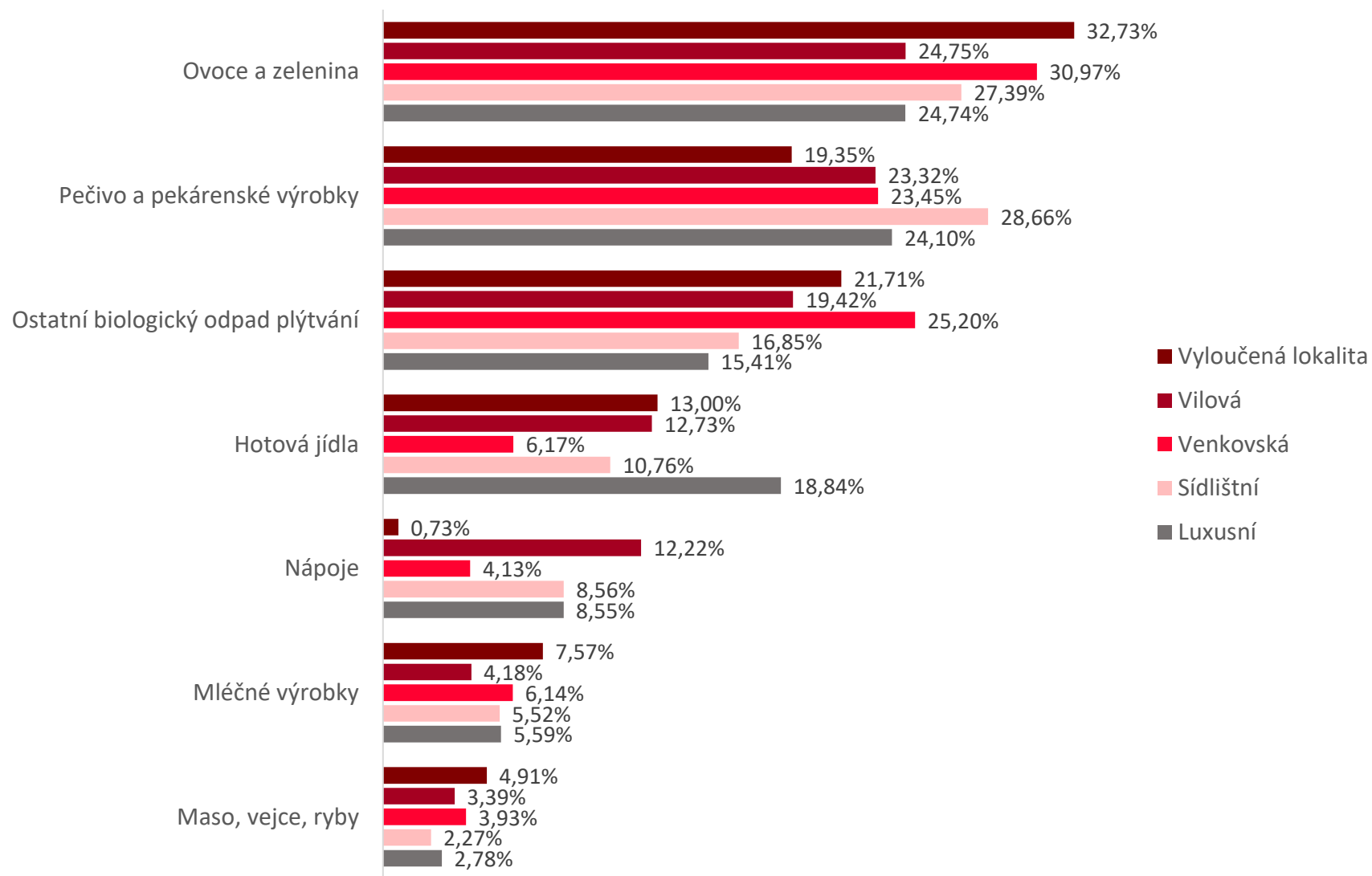
Struktura potravinového odpadu z domácností



Sezónnost potravinového odpadu z domácností



Potravinový odpad z domácností dle lokality



Výsledky výzkumu v pražských domácnostech

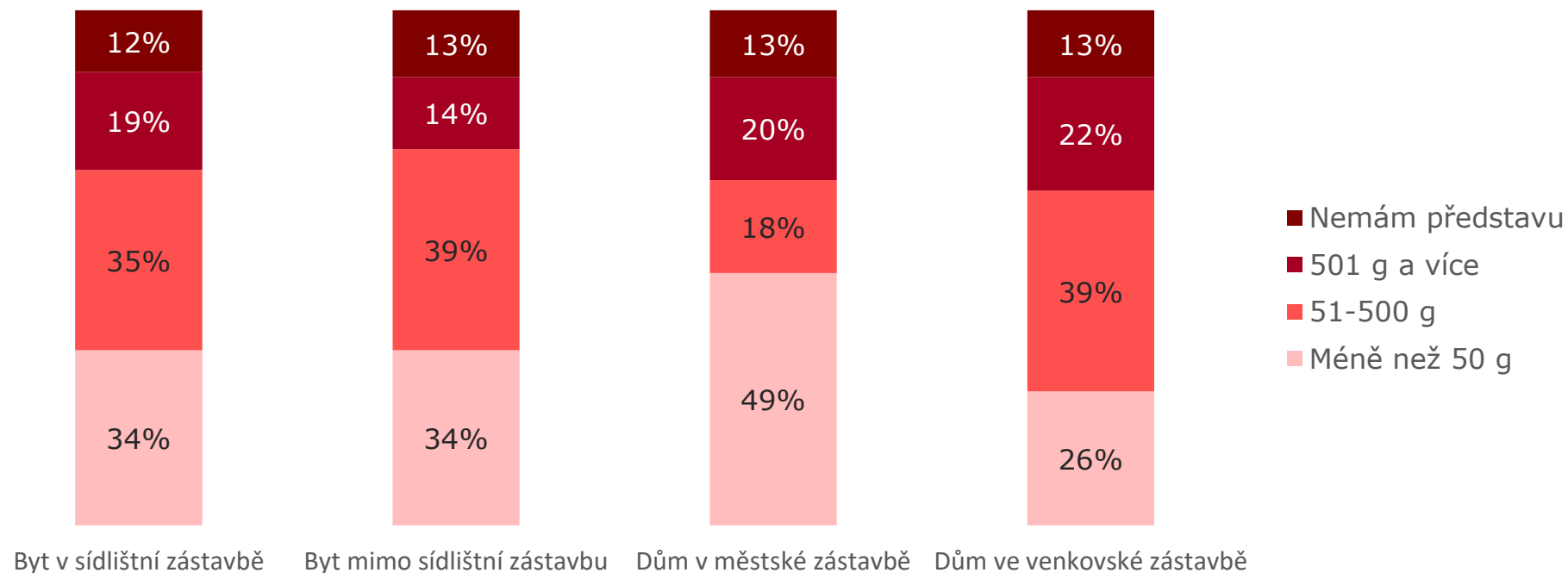
2) Dotazníkové šetření a kvalitativní výzkum



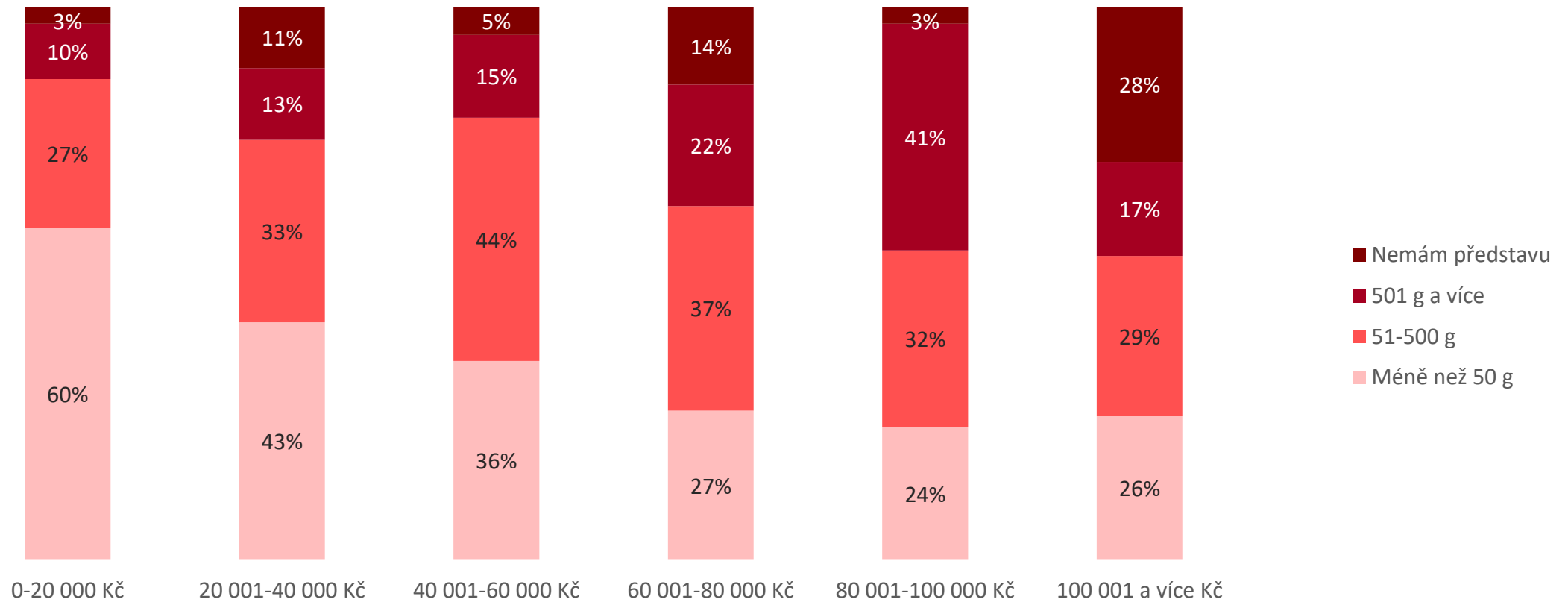
Množství plýtvaných potravin

Dle rozborů odpadu: 62,3 kg/osoba/rok (**1 198 g/osoba/týden**)

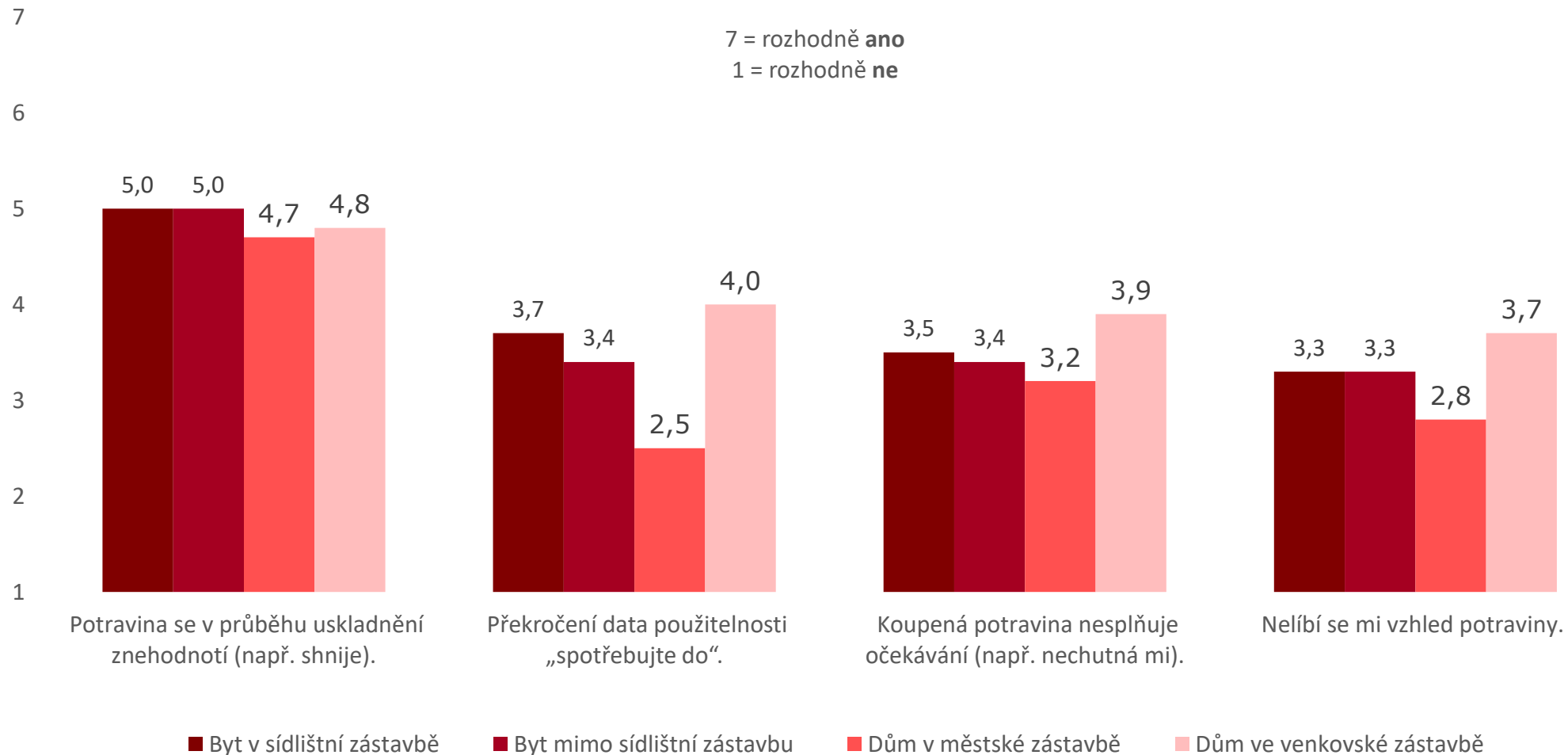
Dle dotazníkového šetření: 70 % respondentů odhaduje **méně než 500 g/osoba/týden**



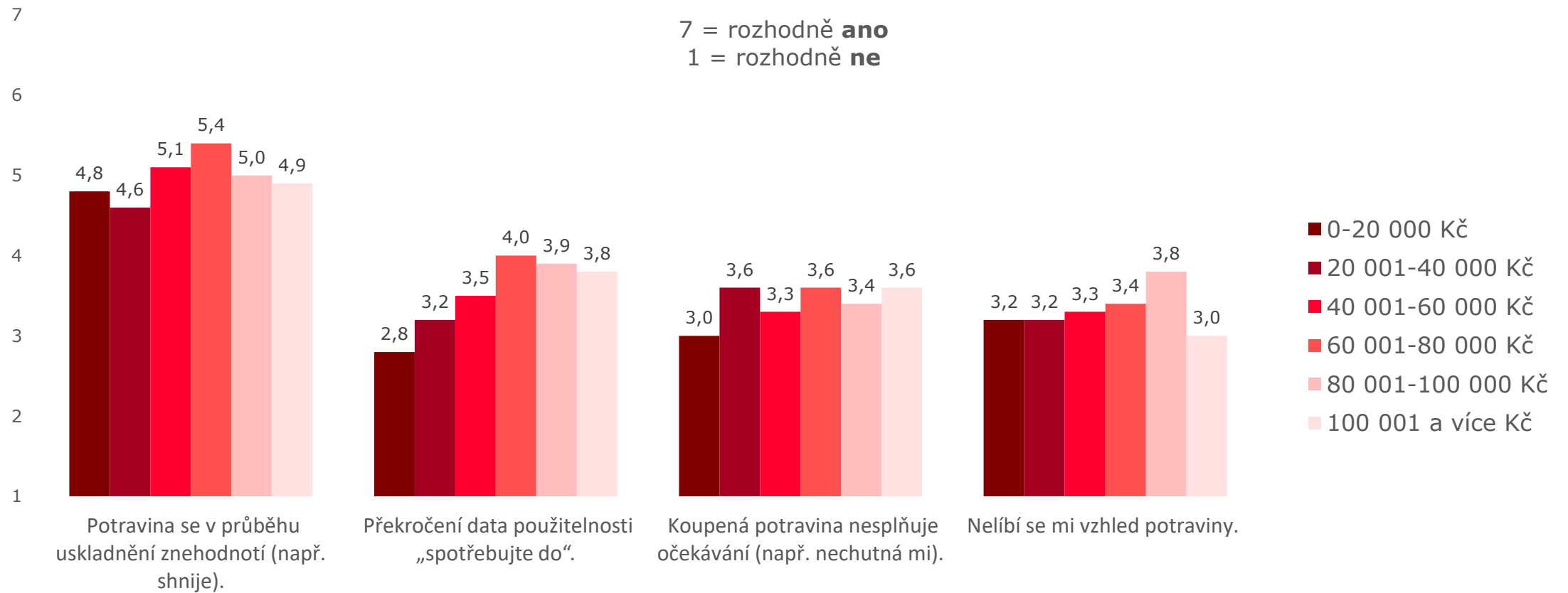
Množství plýtvaných potravin dle příjmu domácnosti



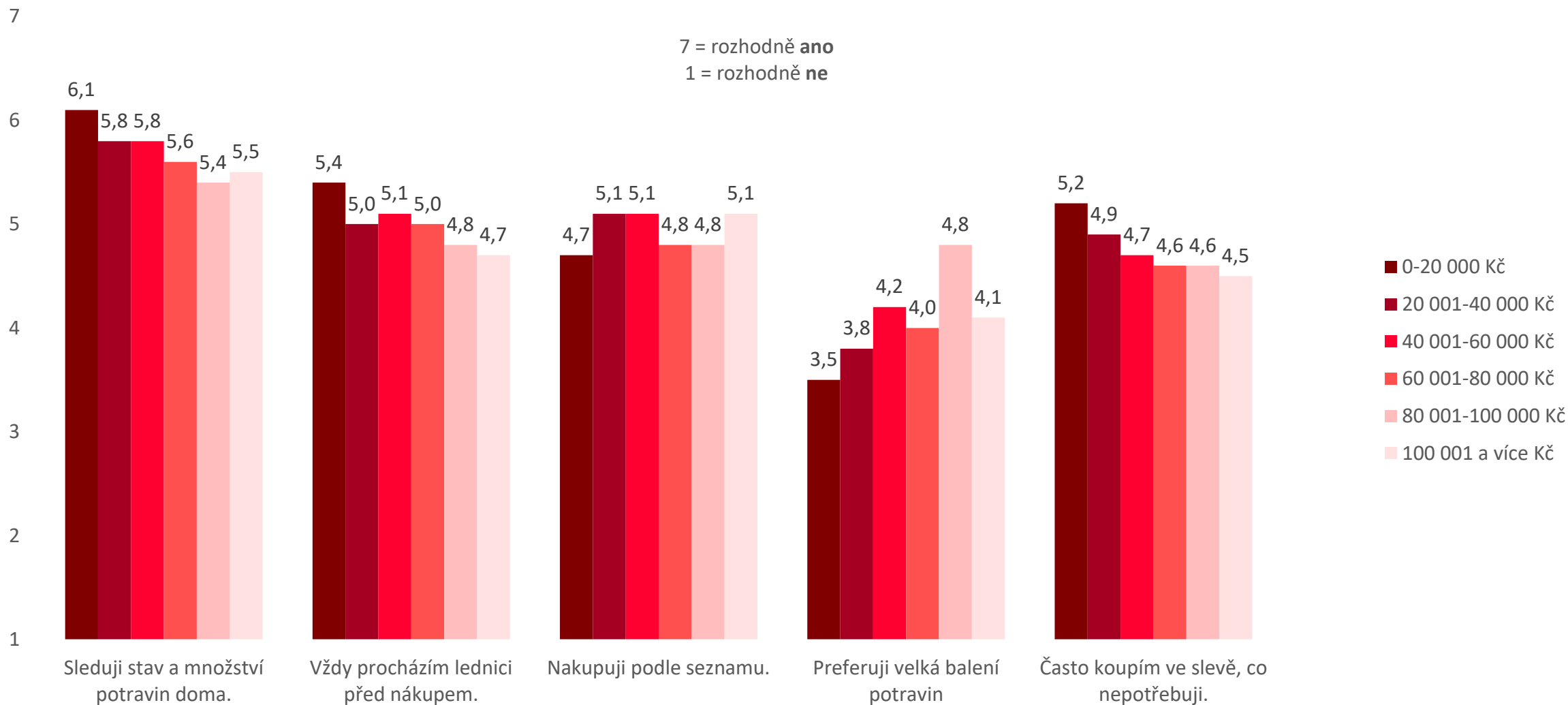
Příčiny vyhazování potravin v domácnosti



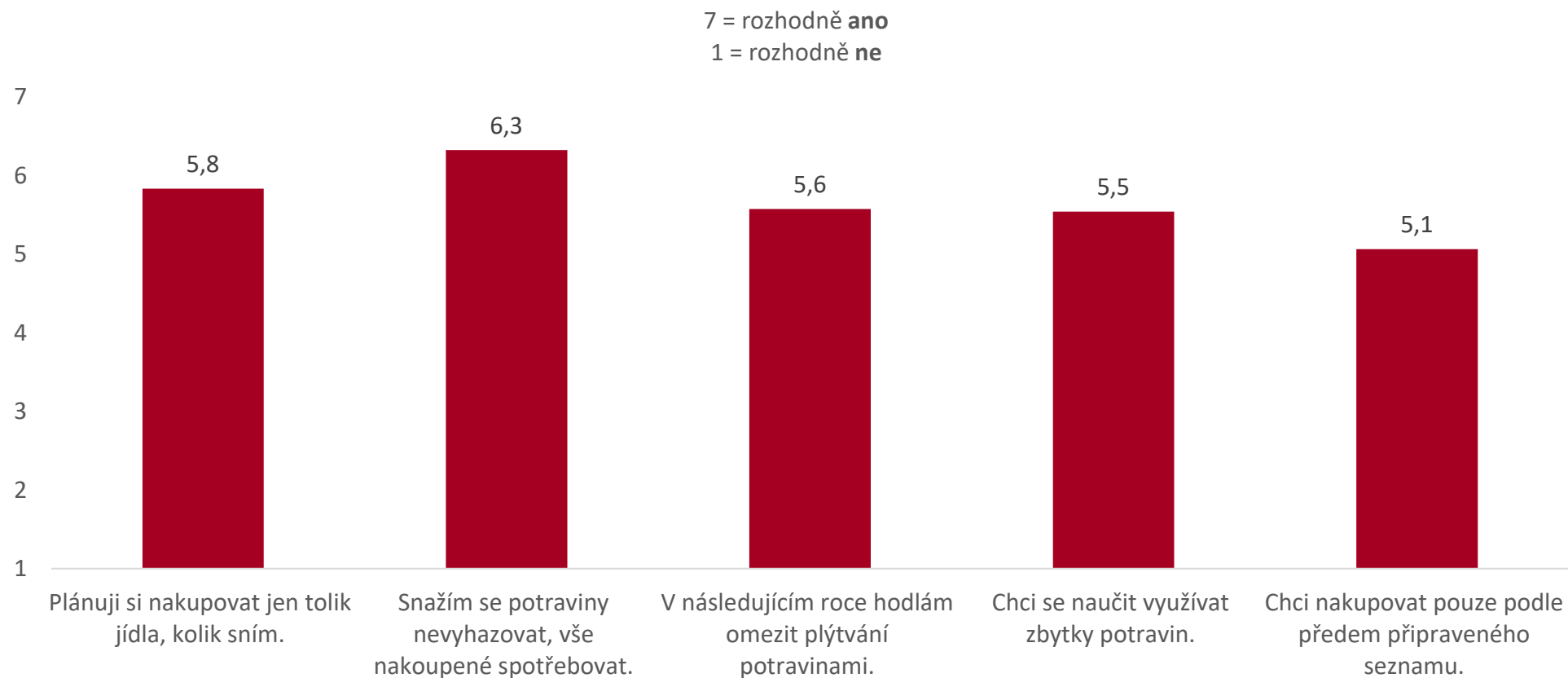
Příčiny vyhazování potravin v domácnosti



Plánování spotřeby a nakupování potravin



Plány/ochota spotřebitelů do budoucna

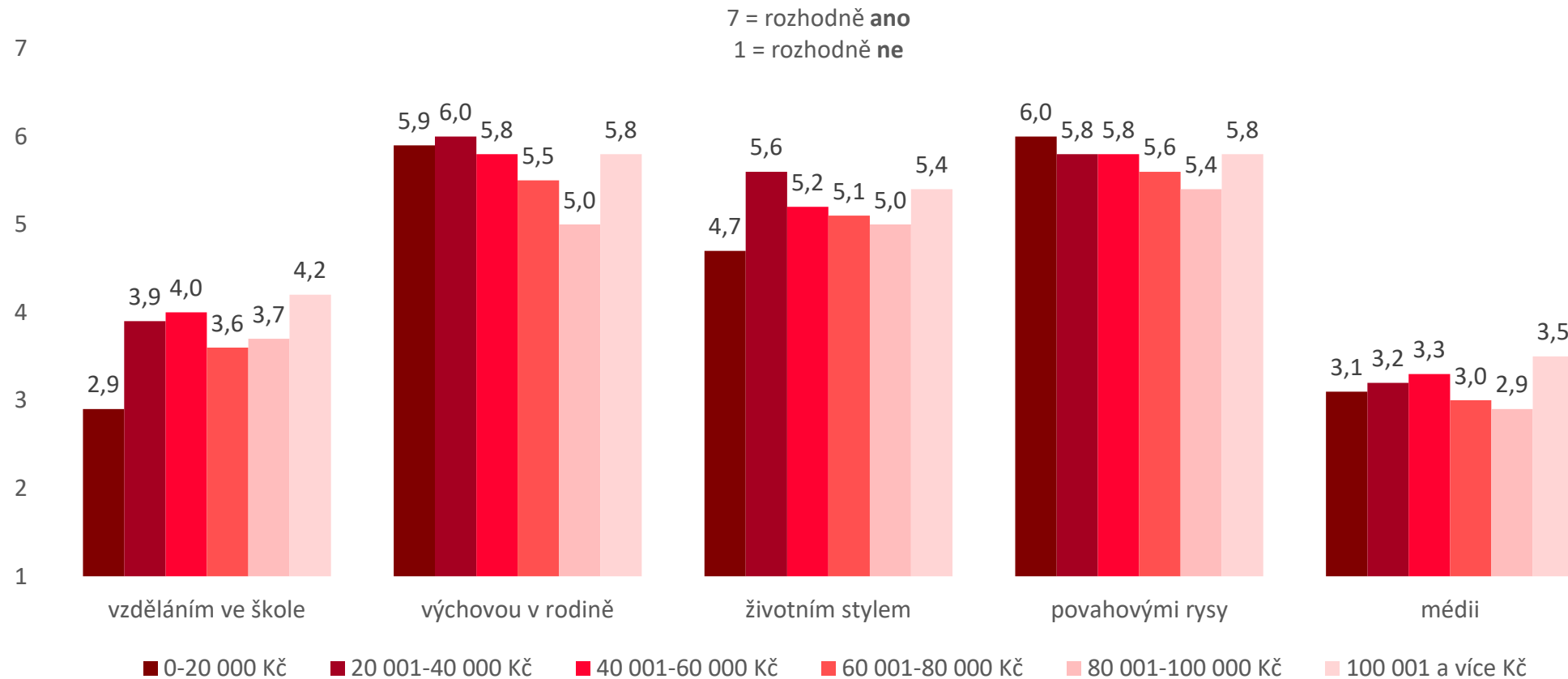


Jak na změnu spotřebitelského chování k redukci potravinového odpadu



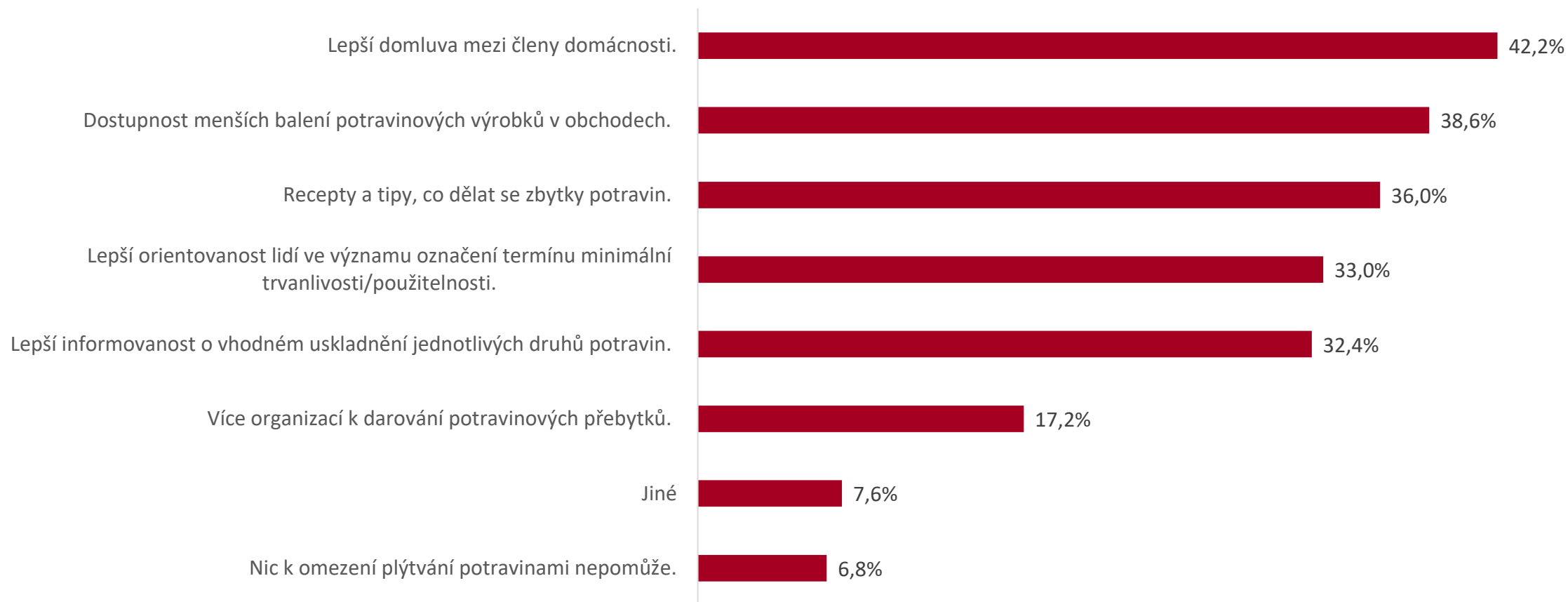
Vliv na návyky při nakládání s potravinami

Moje návyky v oblasti nakládání s potravinami (nakupování, skladování, vaření, dojíždání) jsou ovlivněny zejména:

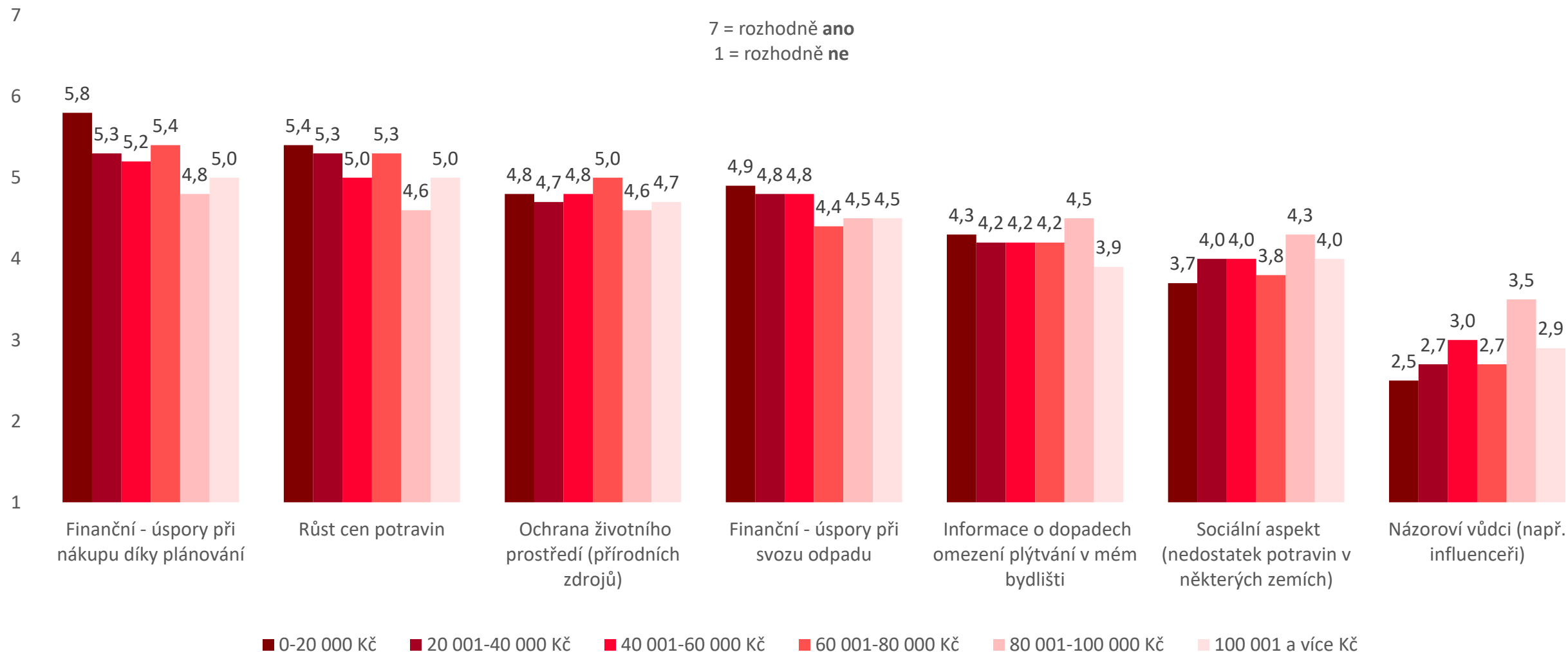


Motivace spotřebitelů k omezení plýtvání

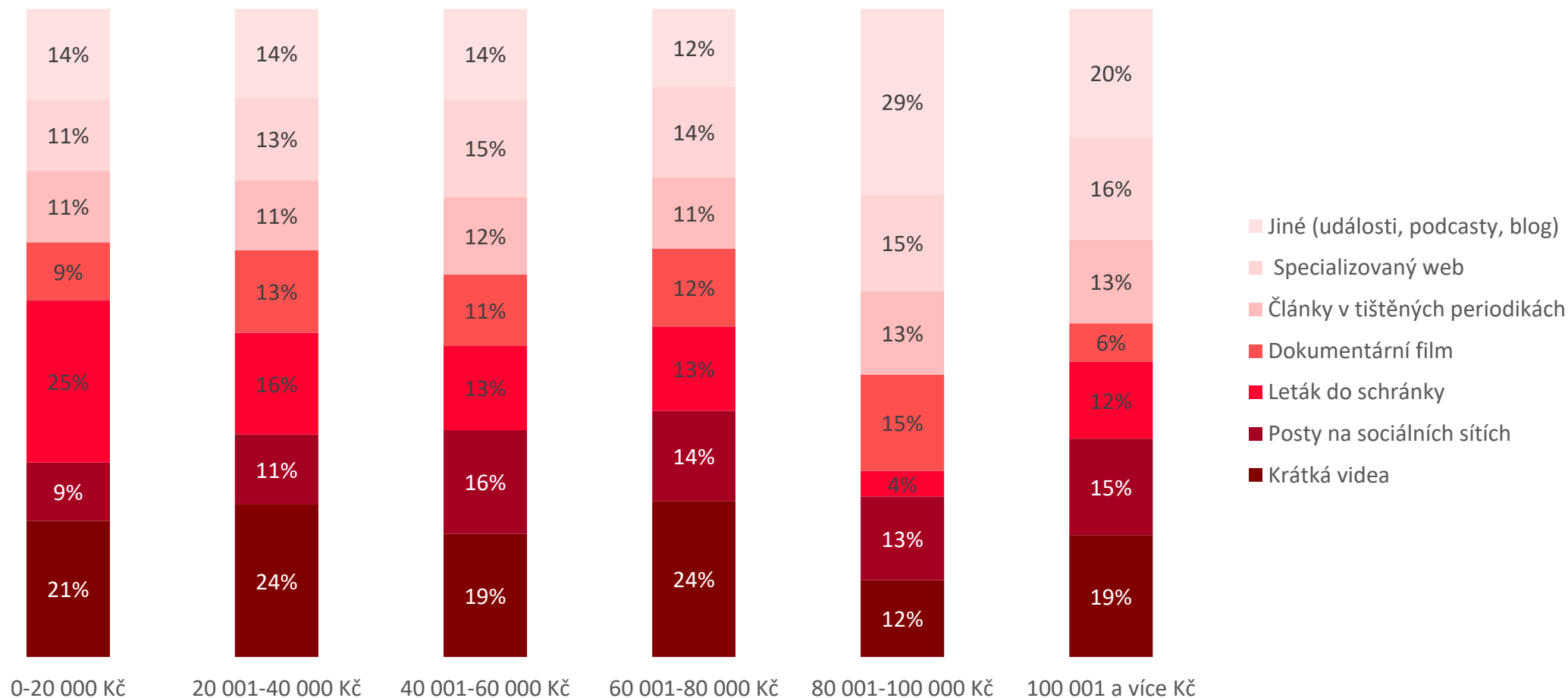
Co by podle Vás pomohlo k omezení plýtvání potravinami v domácnostech?



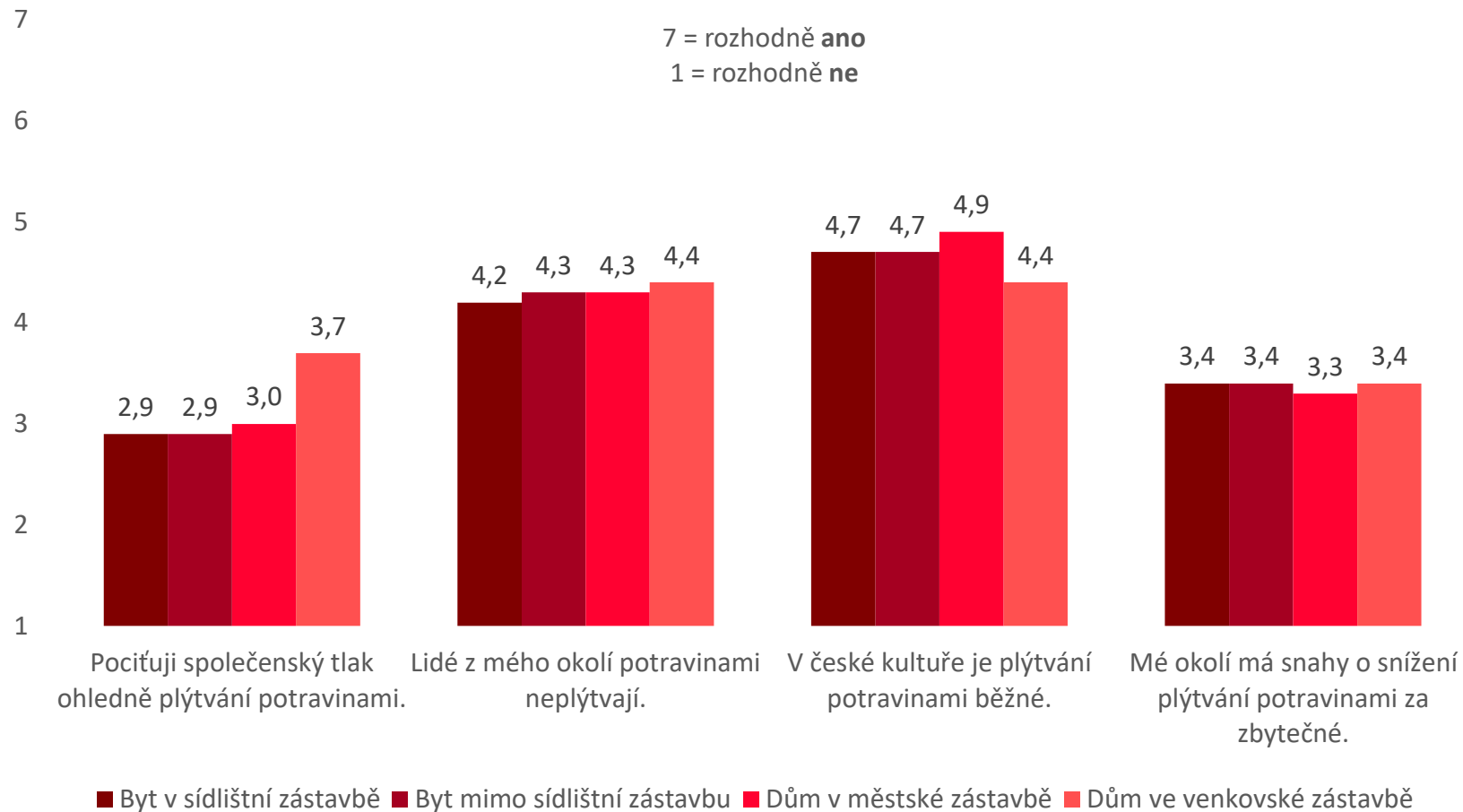
Motivace spotřebitelů k omezení plýtvání



Komunikace s občany směřující k redukci plýtvání potravinami v domácnostech



Vliv společnosti



Shrnutí hlavních zjištění



Nejčastější příčiny

- Znehodnocení potravin v průběhu skladování, překročení data spotřeby
- Špatné plánování spotřeby potravin

Nízkopříjmoví

- Více plánují, sledují stav potravin, před nákupem kontrola lednice
- Znalosti využití zbytků, menší nároky na kvalitu
- Hlavní motivace – finanční, úspora domácnosti

Vysokopříjmoví

- Dřívější zkušenost jako rozhodující faktor při nákupu potravin
- Vyšší uvědomění plýtvání, společenská motivace
- Častější příčiny – těžký odhad spotřeby potravin
- Redukci plýtvání by pomohla lepší domluva doma

Komunikace

- Preference videí, online komunikace
- Nízkopříjmoví – také letáky, vysokopříjmoví – podcasty

Komunikace pro **nízkopříjmový** segment

Tón:

Prímý, důraz na úsporu peněz.

Forma komunikace:

Infografiky s konkrétními sumami a úsporami

Stories s hlasováním („Kupujete často víc, než sníte?“)

Video s tipy na levné recepty ze zbytků

Příklady příspěvků:

„Čtyřlenná domácnost v Praze průměrně za rok vyplývá potraviny v hodnotě 18 tisíc Kč. Co byste si za to mohli koupit?“

„Nekupujte zbytečně! Napište si nákupní seznam, který vám pomůže ušetřit.“

**18 tisíc za jídlo
koši? To je týden
v Chorvatsku!**

Čtyřlenná domácnost v Praze
průměrně za rok vyplývá
potraviny v hodnotě 18 tisíc Kč.



Komunikace pro **vysokopříjmový** segment

Tón:

Ekologický, apel na společenskou odpovědnost.

Forma komunikace:

Video rozhovory či podcasty s odborníky
Případové studie úspěšných firem a domácností
Ankety s možnostmi

Příklady příspěvků:

„Plýtvání jídlem má větší dopad na planetu než letecká doprava. Jak to můžeme změnit?“

„Inspiruj. Neplýtvej. Věděli jste, že 62 kg potravin na osobu ročně končí v koši úplně zbytečně?“

Neplýtvej

Průměrný člověk v Praze
vyplývá 62 kg potravin
ročně.

Inspiruj.



T A
Č R

Polepy na popelnice

**18 tisíc za jídlo
koši? To je týden
v Chorvatsku!**

Čtyřlenná domácnost
v Praze průměrně za
rok vyplývá potraviny
v hodnotě 18 tisíc Kč.



www.zachranjidlo.cz



**Průměrně každý vyhodí
62 kg potravin za rok
Pojď to změnit**



www.zachranjidlo.cz



Infografiky do domácností (letáky)



**Nákupy bez stresu.
Praktické triky, jak ušetřit
při nákupu potravin**

Tipy

1 **Hlad má velké oči.**
Nakupujte s plným žaludkem, nepodlehnete
tak potravinám v akci, které nestihnete sníst.

2 **Plánujte dopředu.**
Udělejte si nákupní seznam dle
plánovaného jídelníčku.

3 **Porovnávejte ceny za jednotku.**
Za 100 g / 1 kg / 1 l
Ne vždy je větší balení výhodnější.



www.zachranjidlo.cz

www.zachranjidlo.cz



Jak dlouho vydrží čerstvé?

Jablka 10-12 dnů	Hrušky 4 dny	Švestky 4 dny	Jahody 3-5 dnů
Houby 2-5 dnů	Citrusy 12-14 dnů	Hrozny 5-7 dnů	Banány 2-5 dnů
Okurky 10-12 dnů	Rajčata 7-10 dnů	Papriky 5-6 dnů	Brokolice 5-6 dnů
Zelí 10 dnů	Mrkve 14-21 dnů	Česnek 3-6 měsíců	Cibule 7-8 měsíců

Ambasadoři kampaně

Oslovit **mladé lidi**, kteří chtějí **inspirovat** ostatní a aktivně se zapojit.

Mladí lidé jsou přirozeně **aktivní na sítích** a často **udávají trend** ve svém okolí.

Mohou šířit myšlenku ve školách, na kolejích, v online světě.

Mají chuť tvořit obsah, organizovat akce nebo jen sdílet zajímavé tipy a **měnit své chování** k udržitelnějšímu.

**Bud' tím,
kdo inspiruje!**



www.zachranjidlo.cz

Bud' ambasadorem.

Hledáme zapálené studenty, kteří milují ekologii, chtějí se dozvědět více o našem vlivu na přírodu, a inspirovat ostatní ke snížení plýtvání jídlem.



Sociální sítě

Pravidelnost – ideálně 1× týdně, např. v pondělí/čtvrtek (připomenutí týdne).

Jasnost – krátké a srozumitelné věty, využití emoji pro zlepšení čitelnosti.

Vyzývavost – každá zpráva by měla končit výzvou k akci nebo povzbuzením.

Lokální kontext – pokud je to možné, využívat lokální data (např. „v naší městské části...“).

**V Praze se denně
vyplývá 9 kamionů
potravin.**



T A
Č R

Sociální sítě

5. Křivé je krásné!

Hlavní claim:

Nedokonalost je dokonalá – i v jídle!

Text na sociální sítě:

Perfektní jablko? Kdo to kdy vymyslel? 🤖 I „ošklivé“ ovoce a zelenina jsou stejně chutné a výživné. 🥬🍎 Tak proč je nekoupit?

Často jsou levnější a pomůžeš snížit zbytečné plýtvání! 🙌

#KrásaJeVNedokonalosti #JídloBezPředsudků #StopFoodWaste #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Tento příspěvek motivuje lidi, aby kupovali i méně estetické, ale plně funkční potraviny. Poukazuje na jejich výživovou hodnotu, ekonomickou výhodnost a důležitost v boji proti plýtvání potravinami.

Harmonogram:

Komunikace 9. týden – ideální dny: úterý & sobota

3. Spíž vs. lednice: Kam s nimi?

Hlavní claim:

Správné místo = delší trvanlivost!

Text na sociální sítě:

🍅 Rajčata do lednice nepatří! 🚫 V chladu ztrácí chuť.

🥔 Brambory skladuj v chladu, **temnu a suchu**.

🍞 Pečivo zůstane čerstvé déle v **chlebníku**, ne v lednici!

✅ Správným skladováním potravin zabrániš plýtvání a ušetříš peníze! 💰♻️

#ChytréSkladování #MéněPlýtvání #VědětKamSním

Vysvětlení:

Příspěvek ukazuje, které potraviny patří do lednice a které je lepší skladovat ve spíži. Špatné skladování může zkrátit jejich trvanlivost.

Harmonogram:

Komunikace 17. týden – ideální dny: středa & sobota

Doporučení pro retail

Usnadnit zákazníkům rozhodnutí ve prospěch potravin, které by jinak přišly nazmar.

Nabízet balení odpovídající velikosti domácností, Preferované jsou balíčky s odměřenými surovinami. Pomoc s plánováním.

Pozitivní a podporující komunikace - vizualizace. Spojení komunikovaného tématu s výhodou pro zákazníka.

Komunikace přímo v místě prodeje. Osobní zkušenost.



Děkujeme za pozornost.

Upozornit na plýtvání potravinami
a inspirovat k **malým každodenním
změnám** s velkým významem.

Manuál efektivního způsobu prevence vzniku
potravinového odpadu v domácnostech.

Účinné komunikační nástroje pro **personalizovanou
komunikaci s domácnostmi.**

zachranjidlo.cz/projekt/prague-food-waste

Consumer Lab

consumerlab.pef.mendelu.cz

foodwaste@mendelu.cz

