



Plánování

Intervence a jejich dopad na plýtvání potravinami generace Z

Ačkoli spotřebitelé deklarují, že plánují (69 % uvádí, že nakupují dle připravovaného seznamu), reálné chování je často odlišné.

Jak **motivaci** směřující k redukci potravin podpořit v rámci komunikační kampaně?
Například:

- vrstevnické kampaně
- zvyšování povědomí o dopadech plýtvání potravinami ve vašem okolí
- motivace skrze pozitivní příklady

Jaké **příležitosti** využít pro tuto cílovou skupinu? Například:

- události
- školní projekt
- městský projekt
- firemní iniciativa
- komunitní akce
- digitální platformy

Jak podpořit vytvoření konkrétní **schopnosti** tak, aby se z ní stala rutina? Například:

- psaní nákupního seznamu



Skladování

Intervence a jejich dopad na plýtvání potravinami generace Z

Nejčastější příčinou vyhazování potravin v domácnostech bývá její znehodnocení v průběhu uskladnění (81 %).

Jak **motivaci** směřující k redukci potravin podpořit v rámci komunikační kampaně?

Například:

- vrstevnické kampaně
- zvyšování povědomí o dopadech plýtvání potravinami ve vašem okolí
- motivace skrze pozitivní příklady
-

Jaké **příležitosti** využít pro tuto cílovou skupinu? Například:

- události
- školní projekt
- městský projekt
- firemní iniciativa
- komunitní akce
- digitální platformy

Jak podpořit vytvoření konkrétní **schopnosti** tak, aby se z ní stala rutina? Například:

- organizace potravin (FIFO)
- znalost pojmů (datum min. trvanlivosti vs. spotřebujte do)



Příprava

Intervence a jejich dopad na plýtvání potravinami generace Z

Ačkoli spotřebitelé deklarují, že ví, jak využít zbytky potravin (69 %), reálné chování je často odlišné.

Jak **motivaci** směřující k redukci potravin podpořit v rámci komunikační kampaně? Například:

- vrstevnické kampaně
- zvyšování povědomí o dopadech plýtvání potravinami ve vašem okolí
- motivace skrze pozitivní příklady

Jaké **příležitosti** využít pro tuto cílovou skupinu? Například:

- události
- školní projekt
- městský projekt
- firemní iniciativa
- komunitní akce
- digitální platformy

Jak podpořit vytvoření konkrétní **schopnosti** tak, aby se z ní stala rutina? Například:

- učení se vařit na workshopu
- využívání aplikace pro vytváření receptů
- správné porcování jídel



Efektivní nakupování

Intervence a jejich dopad na plýtvání potravinami generace Z

Slevy využívá 71 % respondentů generace Z a často nakoupí potraviny, které jsou v akci, i když je aktuálně nepotřebují.

Jak **motivaci** směřující k redukci potravin podpořit v rámci komunikační kampaně? Například:

- vrstevnické kampaně
- zvyšování povědomí o dopadech plýtvání potravinami ve vašem okolí
- motivace skrze pozitivní příklady

Jaké **příležitosti** využít pro tuto cílovou skupinu? Například:

- události
- školní projekt
- městský projekt
- firemní iniciativa
- komunitní akce
- digitální platformy

Jak podpořit vytvoření konkrétní **schopnosti** tak, aby se z ní stala rutina? Například:

- psaní nákupního seznamu
- nakupování na místních trzích
- vyhodnocení slev a akcí

