**Światowy Dzień Żywności –**

**Lidl Polska wraz z Bankami Żywności podsumowują 2021 rok w kontekście bezpieczeństwa żywnościowego w Polsce i Europie**

**Światowy Dzień Żywności w 2022 roku był wyjątkowo trudny. Rosyjska agresja w Ukrainie, niestabilna sytuacja gospodarcza, zjawisko marnowania żywności – to tematy, które przyświecały zakończonej 17 października konferencji zorganizowaną przez Federację Polskich Banków Żywności oraz Lidl Polska. Spotkanie było okazją do prezentacji wyników raportu za 2021 rok.**

Ok. 1,5 mln osób potrzebujących i ponad 58 000 ton żywności przekazanej na cele społeczne – to dane z Raportu Federacji Polskich Banków Żywności, zaprezentowane 17 października podczas corocznej **konferencji „Światowy Dzień Żywności”**. W ubiegłym roku pomoc ze strony organizacji dotarła do prawie 3 200 organizacji i instytucji społecznych. W obliczu wojny i kryzysu gospodarczego, zapotrzebowanie na pomoc żywnościową jednak rośnie. Według danych ONZ[[1]](#footnote-2) w Polsce przebywa obecnie ponad 1,3 mln uchodźców z Ukrainy, podczas gdy **samych Polaków żyjących poniżej poziomu skrajnego ubóstwa – dysponujących na miesięczne utrzymanie kwotą mniejszą niż 692 zł, czyli ok. 23 zł dziennie – jest aż 1,6 mln**.

Konferencja z okazji „Światowego Dnia Żywności” była okazją do dyskusji z ekspertami na temat **sposobów zarządzania żywnością i finansowego radzenie sobie w czasach kryzysu, a także wpływu rosyjskiej agresji w Ukrainie na stan bezpieczeństwa żywnościowego w Polsce, Europie i na świecie**. Partnerami wydarzenia były Urząd Miasta st. Warszawy, kampania społeczna „Wiem, co jem” oraz aplikacje Foodsi i Too Good To Go. Partnerem strategicznym została firma Lidl Polska, której równie bliska jest walka z problemem marnowania żywności.

*„Jesteśmy świadomi wpływu obecnej sytuacji gospodarczej na portfele Polaków. Wspieramy polskie rodziny, każdego dnia oferując klientom produkty wysokiej jakości w przystępnych, niskich cenach. Nie zapominamy jednak o najbardziej potrzebujących i środowisku. We wszystkich naszych sklepach prowadzimy stałą akcję <<Kupuję, nie marnuję>>, w ramach której przeceniamy ceny produktów z krótkim terminem przydatności na poziomie 50-70 proc. Na problem marnowania żywności zwracamy również uwagę naszych klientów, np. poprzez kampanię <<Sztuka niemarnowania>>. Wspólnie z naszymi klientami i partnerami – Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności – od marca 2020 roku uchroniliśmy przed zmarnowaniem 128 251 kg żywności o łącznej wartości 2 123 320 zł”* – mówi **Aleksandra Robaszkiewicz, Head of Corporate Communications & CSR w Lidl Polska**.

**Widać światełko w tunelu**

W czasie poniedziałkowej konferencji odbyły się **warsztaty kulinarne oraz panele dyskusyjne: „Zero waste to konieczność, a nie moda” i „Finanse od kuchni, jak nie dać się ugotować w obecnych realiach”**. Drugi z nich był okazją do upublicznienia „Niezbędnika kryzysowego 2022” – publikacji zawierającej cztery kroki do niezależności finansowej w czasach niekorzystnej koniunktury w gospodarce, opracowanej przy współpracy z autorem bloga „Subiektywnie o finansach”. Celem wydarzenia było pogłębienie świadomości opinii publicznej na temat globalnych problemów żywnościowych i wzmocnienie poczucia solidarności w walce z głodem i niedożywieniem. W Polsce problem jest nadal ogromny. Zgodnie z szacunkami Programu Racjonalizacji i Ograniczenia Marnotrawstwa Żywności (PROM), marnujemy rocznie prawie 5 mln ton żywności, z czego 3 mln przypada na konsumentów i gospodarstwa domowe. W postawie Polaków widać jednak dobrą zmianę. W ciągu ostatnich 2 lat, mimo szybkiego wzrostu cen i wolniejszego wzrostu płac, **aż 79 proc. respondentów (83 proc. kobiet i 75 proc. mężczyzn) zmieniło swoje nawyki i marnuje zdecydowanie mniej żywności niż dotychczas**.

Optymistyczne wyniki pokazuje także badanie BIG Info Monitor, zgodnie z którym aż **74 proc. respondentów zgodziłaby się zapłacić z własnego portfela na specjalny podatek na rzecz ratowania planety**. Ponad połowa z nas jest również gotowa ponieść wyższe koszty produktów w opakowaniach ekologicznych, a **90 proc. zadeklarowało zainteresowanie używaniem opakowań zwrotnych** zamiast tych jednorazowego użytku.

*„Im mniej żywności czy zasobów zmarnujemy, tym więcej będziemy mieli do wykorzystania. Misją Banków Żywności jest ratowanie żywności przed zmarnowaniem i przekazywanie jej najbardziej potrzebującym. Wypełniamy ją już od prawie 30 lat. W tym czasie zmierzyliśmy się z wieloma kryzysami. Mimo to rok 2022 był dla nas szczególnie trudny. Dostrzegamy jednak światełko w tunelu. Polacy są coraz bardziej świadomi i zainteresowani dobrem planety i swojego najbliższego otoczenia. Przed nami jednak jeszcze dużo pracy”* – mówi **Beata Ciepła, prezes Zarządu Federacji Polskich Banków Żywności**.

**Informacje o firmie:**

Lidl Polska należy do międzynarodowej grupy przedsiębiorstw Lidl, w której skład wchodzą niezależne spółki prowadzące aktywną działalność na terenie całej Europy oraz w USA. Historia sieci Lidl sięga lat 30. XX wieku, a pierwsze sieci pod szyldem tej marki powstały w Niemczech w latach 70. XX wieku. Obecnie w 31 krajach istnieje w przybliżeniu 12 000 sklepów tej marki, a w Polsce około 800.

**Kontakt:**

Strona www: <https://www.lidl.pl>

Facebook: <https://www.facebook.com/lidlpolska>

Instagram: <https://www.instagram.com/lidlpolska/>

YouTube: https://www.youtube.com/user/LidlPolskaPL

1. https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine [↑](#footnote-ref-2)