Warszawa, 27 listopada 2023 r.

**Marnowanie żywności w sklepach spożywczych
– wyniki ankiety Grupy Eurocash**

**Nawet połowa wyrzucanych produktów w sklepach spożywczych to owoce i warzywa, a najczęstszym powodem wyrzucania żywności jest jej psucie się wraz z upływem czasu – wynika z badania przeprowadzonego przez Grupą Eurocash. Spółka już po raz trzeci,** **we współpracy z Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności, zorganizowała kampanię społeczno-edukacyjną pod hasłem „Szanujemy, nie marnujemy!”.**

Jak pokazują wyniki badań Najwyższej Izby Kontroli[[1]](#footnote-1), najwięcej jedzenia marnuje się w gospodarstwach domowych – aż 60%. Na kolejnych miejscach pod tym względem są: przetwórstwo i produkcja rolnicza (po ok. 16%). Na czwartym miejscu są sklepy spożywcze, które odpowiadają za 7% marnowanej żywności.

W ramach tegorocznej, trzeciej edycji kampanii „Szanujemy, nie marnujemy!” Grupa Eurocash przyjrzała się przyczynom i obszarom, w których marnuje się najwięcej produktów spożywczych. Do projektu badawczego zostały zaproszone sieci współpracujące z Grupą: Groszek, Lewiatan, Euro Sklep, Gama, ABC, Delikatesy Centrum, a także abc na kołach i Frisco. Zebrane za pomocą ankiety dane ukazały problem marnowania żywności z dwóch perspektyw: przedsiębiorcy i konsumenta.

**Marnowanie żywności w sklepach spożywczych**

Jak wynika z ankiety przeprowadzonej wśród właścicieli i pracowników sklepów, 50% wyrzucanych produktów to owoce i warzywa. Na drugim miejscu znalazł się nabiał (21,6%), a na kolejnym - mięso i wędliny (14,2%). Wśród najczęściej wskazywanych powodów wyrzucania żywności było jej psucie się wraz z upływem czasu , pomimo nieprzekroczenia terminu ważności. Kolejną z przyczyn było przekroczenie terminu przydatności do spożycia, a następnie - uszkodzone opakowanie.

Blisko 32% przedsiębiorców przyznaje, że realizacja ustawy o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności sprawia im trudność ze względu na monitorowanie jakości żywności w sklepie. Jednocześnie aż 92% ankietowanych deklaruje chęć podejmowania działań mających na celu minimalizowanie ilości wyrzucanych odpadów spożywczych. Wśród sposobów radzenia sobie z tym problemem dominują obniżki cen wybranych produktów, regularna kontrola świeżości towaru czy reagowanie na popyt i przemyślane zamówienia towaru.

- *Z ankiety dowiedzieliśmy się również, że aż 87% sklepów o powierzchni mniejszej niż 250 mkw. nie współpracuje z żądną organizacją pożytku publicznego, taką jak np. Caritas. Stwarza to duże pole do poprawy wyników i jednocześnie pokazuje, jak ważna jest szeroka edukacja wszystkich podmiotów uczestniczących w procesie produkcji i konsumpcji żywności. Grupa Eurocash – jako największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją towarów FMCG, prowadzi tę edukację m.in. poprzez kampanię „Szanujemy, nie marnujemy!”, która jest szczególnie ważnym elementem Strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupy* – mówi Joanna Szubielska, Senior Menadżer Działu Zarządzania Jakością i BHP z Grupy Eurocash.

**Konsumenci vs. wyrzucana żywność**

Grupa Eurocash przeprowadziła podobną ankietę również wśród konsumentów. Co piąta ankietowana osoba (20%) przyznała, że wyrzuca produkty spożywcze do kosza codziennie lub kilka razy w tygodniu, prawie co druga (43%) – kilka razy w miesiącu, natomiast 38% respondentów deklaruje, że wyrzuca je rzadziej niż kilka razy w miesiącu lub prawie wcale. Dominującym powodem wyrzucania żywności jest przegapienie terminu przydatności do spożycia (ponad 50% odpowiedzi). Respondenci przyznają, że do problemu przyczynia się również fakt, iż nie planują posiłków z wyprzedzeniem, kupują za dużo, a na zakupy chodzą bez listy.

Co najczęściej ląduje w koszu? W przypadku konsumentów na pierwszym miejscu znalazło się pieczywo (27%), a zaraz za nim – owoce i warzywa (25%)

Ankiety zostały przeprowadzone na grupie blisko 450 respondentów, z czego 40% stanowili właściciele i pracownicy placówek detalicznych. Uzyskane wyniki posłużą do zbudowania obrazu marnowania żywności z dwóch perspektyw – domu oraz sklepu, jak również do opracowania propozycji dobrych praktyk i inicjatyw najefektywniej wspierających niemarnowanie produktów żywnościowych w placówkach detalicznych oraz wśród konsumentów.

**Narzędzia edukacyjne dla przedsiębiorców**

Kampania „Szanujemy, nie marnujemy!” jest organizowana od 2021 r. przez Grupę Eurocash we współpracy z Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności. Ma na celu wyposażenie przedsiębiorców – właścicieli niezależnych sklepów detalicznych w narzędzia edukacyjne, które pomogą ograniczać problem marnowania żywności, co może przyczynić się także do wygenerowania oszczędności finansowych. Pozwolą również na edukację konsumentów w zakresie racjonalnego planowania zakupów oraz stosowania zasad właściwego przechowywania żywności.

Materiały edukacyjne, w tym m.in. webinaria, e-booki czy podcasty dostępne są na dedykowanej [stronie kampanii](https://www.grupaeurocash.pl/blog/szanujemy-nie-marnujemy-praktyczne-porady-i-wskazowki). Wskazówki i inspiracje znajdą tam także konsumenci. Partnerem edukacyjnym kampanii jest Akademia Umiejętności Eurocash.

Grupa Eurocash jest największym polskim hurtowym dystrybutorem produktów FMCG, organizatorem znanych sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich - takich jak ABC, Delikatesy Centrum, Groszek, Gama, Duży Ben, Lewiatan czy Euro Sklep; partnerem logistycznym i technologicznym sklepów lokalnych, a także właścicielem marketu e-grocery nr 1 w Polsce: Frisco.pl. Klientami Eurocash są przede wszystkim lokalni przedsiębiorcy, którym Grupa oferuje z jednej strony efektywne modele biznesowe, a z drugiej skalę zakupową, logistykę, wsparcie marketingowe, dostęp do wiedzy oraz nowoczesne rozwiązania technologiczne wspierające prowadzenie i rozwój sklepu. Z liczbą ponad 20 tys. zatrudnianych pracowników i 90 tys. klientów, Eurocash od lat zajmuje miejsce w TOP10 największych polskich firm, kompleksowo kształtując rynek polskiego handlu i wyznaczając kierunki rozwoju branży. Dąży do tego, by wyznaczać trendy także w zakresie odpowiedzialności. Do 2030 r. Grupa zamierza zmniejszyć swoją emisję CO2 o 47,7 proc. w ramach strategii dekarbonizacji, jaką przyjęła w 2022 r. –  w zgodzie z celami Porozumienia Paryskiego, w ramach ścieżki określonej przez Science Based Targets Initiative\* (SBTi).

1. Źródło: <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/przepisy-do-poprawki-wciaz-za-duzo-zywnosci-trafia-do-smieci.html> [↑](#footnote-ref-1)