

РЪКОВОДСТВО НА KAUFLAND СРЕЩУ РАЗХИЩАВАНЕТО НА ХРАНА



Действията
носят
промяната








Kaufland



**ОСНОВНАТА НИ ДЕЙНОСТ
Е ДА СНАБДЯВАМЕ
ВСЕКИДНЕВНО ХОРАТА
С ХРАНА. ЗАТОВА
СТРЕМЕЖЪТ ДА НЕ
СЕ РАЗХИЩАВАТ
ХРАНИТЕЛНИ ПРОДУКТИ
Е ДЪЛБОКО ЗАЛЕГНАЛ В
НАШАТА ИДЕНТИЧНОСТ.**

Съдържание

- 01**  **НАШАТА ОТГОВОРНОСТ**
Срещу разхищението на хранителни продукти
Нашата социалноотговорна идентичност 4-7
- 02**  **РАЗХИЩЕНИЕТО НА ХРАНИ КАТО
ГЛОБАЛНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО**
Факти и цифри
Причини по веригата на стойността
Политически цели и регулации 8-13
- 03**  **НАШИЯТ ПОДХОД**
Организация
Нашата цел
Стратегически приоритети за намаляване на разхищението на храни 14-19
- 04**  **НАШИТЕ МЕРКИ**
Предотвратяване
Избягване
Оползотворяване
Обучение 20-27
- 05**  **ПЕРСПЕКТИВИ** 28-20

„Дружествата от Kaufland Group изготвиха това ръководство като общо ръководство за всички дружества от Kaufland Group. Думите „ние“, „нас“, „наш“ или подобни означават съвкупността от тези дружества.



01 НАШАТА ОТГОВОР НОСТ

УСИЛИЯ В БОРБАТА СРЕЩУ РАЗХИЩЕНИЕТО НА ХРАНИТЕЛНИ ПРОДУКТИ



Като компания в сектора с търговия на хранителни продукти, ние осъзнаваме нашата отговорност към хората, животните и околната среда. Отговорното поведение е залегнало като принцип в съвместно разработената стратегия на дружествата от Kaufland Group. Стратегическият ръководен принцип на Kaufland за всички дейности в областта на устойчивото развитие е:

„Даваме възможност на всеки да купува добри, здравословни и устойчиви продукти“.

С това изразяваме ангажимента си към устойчиви действия и същевременно подчертаваме амбициите си в тази област.

Основата на нашия ангажимент за устойчивост е нашата съвместно формулирана **социално-отговорна идентичност**.

Тя представлява нашият ангажимент за устойчивост и е в съответствие със стратегията за устойчивост, разработена съвместно от дружествата от групата Schwarz. За нас, като търговец на дребно с хранителни продукти, разхищението на храни играе ключова роля. Тук се включват всички елементи от веригата на стойността, от отглеждането и производството до търговията на дребно и домакинствата.

НАШАТА СОЦИАЛНО- ОТГОВОРНА ИДЕНТИЧНОСТ

Предлагаме на нашите клиенти проверено качество, най-добра свежест и подходящ асортимент от продукти. Тези уникални търговски предложения не трябва да противоречат на съвместно договорените ни амбиции за свеждане до минимум на разхищението на храна. **Постигаме това, като полагаме усилия в нашата дейност и разработваме, оптимизираме и прилагаме мерки срещу разхищението на храна.**

По-долу описваме предизвикателствата, с които се сблъскваме в ежедневната си дейност, и даваме представа за подхода и мерките, които използваме за справяне с тях.



02 РАЗХИЩЕНИЕТО НА ХРАНА КАТО ГЛОБАЛНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО

РАЗХИЩЕНИЕТО НА ХРАНА КАТО ГЛОБАЛНО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО

Всяка година се разхищават около 1,3 милиарда тона или около една трета от храната в света, произведена за консумация от човека¹. В същото време над 800 милиона души по света гладуват, а почти три милиарда души нямат достатъчен достъп до балансирано и здравословно меню².

В допълнение към големите етични предизвикателства, разхищението на храна води и до огромни екологични проблеми. Например, глобалното производство на храни консумира големи количества от все по-оскъдня ресурс на прясна вода. С всеки продукт, който не се консумира, също се разхищава.

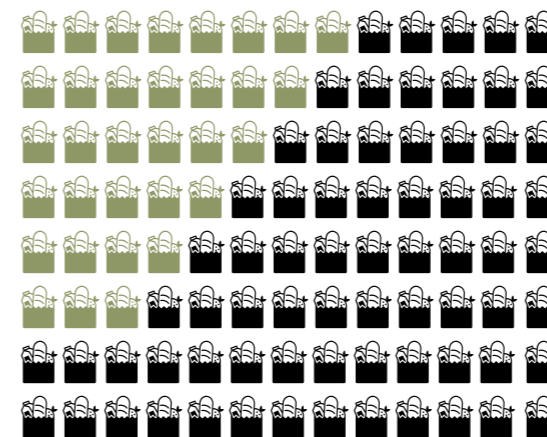
Освен това разточителното потребление на храни допринася за изменението на климата:

Поради тази причина около 4,4 милиарда тона парникови газове се озовават „ненужно“ в атмосферата ни всяка година³. Те представляват между осем до десет процента от всички глобални емисии на парникови газове според доклада за индекса на разхищението на храна на Програмата на ООН за околната среда.

Последиците от този обществен и глобален проблем са мащабни и обхващат много въпроси, върху които трябва да се съсредоточим, за да постигнем устойчива промяна.




Факти и цифри



33 % ОТ ЦЯЛАТА ХРАНА, ПРОИЗВЕЖДАНА ВСЯКА ГОДИНА

се разхищава, преди да бъде консумирана⁴.

 **4,4 МИЛИОНА КМ² ЗАМЯ**

се използва за отглеждане на храна, която се губи всяка година. Това е площ, по-голяма от тази на Индийския субконтинент⁴.

8-10 % 

от глобалните емисии на парникови газове се дължат на разхищението на храна⁵.

¹ Световна продоволствена програма: 5 факта за разхищението на храна и глада, 2020 г.

² Организация по прехрана и земеделие на ООН: Справяне със загубата и разхищението на храна: Възможност за тройна победа, 2022 г.

³ Програма на ООН за околната среда: Доклад за индекса на хранителните отпадъци, 2021 г.

⁴ Световна продоволствена програма: 5 факта за разхищението на храна и глада, 2020 г.

⁵ Организация по прехрана и земеделие на ООН: Справяне със загубата и разхищението на храна: Възможност за тройна победа, 2022 г.

⁶ Програма на ООН за околната среда: Доклад за индекса на хранителните отпадъци, 2021 г.

ПРИЧИНИ ПО ВЕРИГАТА НА СТОЙНОСТТА

Хранителните отпадъци и загубите на храна съпътстват цялата верига на стойността на хранителните продукти: от отглеждането и транспортирането на стоките до търговията на дребно, заведенията за обществено хранене и домакинствата.

15,3 процента от всички произведени в света храни се губят още по време на първичното производство, т.е. във фермите и при добиването на реколтата. За тези загуби на храна, роля играят липсващите технологии и лошите селскостопански практики. Освен това биологични фактори и такива, свързани с околната среда, могат да доведат до увреждане на реколтата.

По време на преработката и производството, загубите на храна се дължат главно на повреди при транспортиране, неправилно съхранение или технически дефекти, като например повреди в охладителните системи.

Повече от половината от всички хранителни отпадъци в света идват от частните домакинства. Причините за това са много: краткият срок на годност на продуктите, лошото планиране на покупките спрямо реалното потребление, ограничените възможности за съхранение или неправилното съхранение, особено на ултрасвежи продукти. Освен това потребителите често свързват качеството на храната с нейния външен вид. Това означава, че се изхвърлят продуктите, които нямат безупречен външен вид. Освен това много потребители тълкуват срока на минимална трайност като срок на годност.

В дистрибуцията и търговията на дребно, където се генерират 13% от всички хранителни отпадъци в света, се получават грешки в прогнозните калкулации или се изхвърлят непродадени стоки. Освен това плодовете и зеленчуците, които не отговарят на специфичните търговски стандарти и изисквания за качество, не намират пазар.

Какво се случва със загубите на храна и хранителните отпадъци, зависи от местните системи за изхвърляне в отделните страни.



ПОЛИТИЧЕСКИ ЦЕЛИ И РЕГУЛАЦИИ

Със своята Програма до 2030 г. Организацията на обединените нации прие 17 глобални цели за устойчиво развитие (ЦУР), англ. 17 Sustainable Development Goals (SDGs). Тези цели налагат на правителствата, гражданското общество, частния сектор, научната общност и всеки човек по света да поемат отговорност. В ЦУР 12 „Устойчиво потребление и производство“ е определена и подцел 12.3: До 2030 г. да се намали наполовина разхищението на храна на глава от населението в световен мащаб на ниво търговия на дребно и потребители и да се намалат загубите на храна по цялата верига на производство и доставка, включително загубите след прибиране на реколтата. Европейската комисия също е поела ангажимент за постигането на тази цел.

Европейският съюз (ЕС) и държавите членки са си поставили допълнителни цели и намерения. Например ЕС включи въпроса за разхищението на храна и в „Зелената сделка“: Стратегията „От фермата до трапезата“ има за цел да направи настоящата продоволствена система по-устойчива. По този начин тя подкрепя целта на ЕС, до 2050 г. да стане неутрален по отношение на климата.

Примери от някои държави

През 2019 г. Федералното министерство на земеделието и храните представи национална стратегия за намаляване на разхищението на храни в Германия. Тя също има за цел да намали наполовина хранителните отпадъци на глава от населението до 2030 г. и следователно е в съответствие с ЦУР, както и с целта на Европейската комисия.

⁷ WWF-ВЕЛИКОБРИТАНИЯ: Driven to waste (Подтикнати към разхищение): Глобалното въздействие на загубата и разхищението на храна във фермите, 2021 г.

⁸ Калифорнийски университет, Дейвис: Защо една трета от храната ни се разхищава в световен мащаб, 2019 г.

⁹ Програма на ООН за околната среда: Доклад за индекса на хранителните отпадъци, 2021 г.

¹⁰ Szymkowiak, A., Borusiak, B., Pierański, B., Kotyza, P. & Smutka, L.: Хранителни отпадъци от домакинствата: Значението на атрибутите на продукта и свързания с храната начин на живот, 2022.

¹¹ Welthungerhilfe: Спасяване на хранителни продукти = опазване на климата, 2019 г.



03 НАШИЯТ ПОДХОД



ОРГАНИЗАЦИЯ

Заедно определяме целите и условията и разработваме идеи за намаляване на разхищението на храна. Оперативните подразделения и държавите ги превръщат в мерки, като вземат предвид приложимото национално законодателство. Освен това съществуват и така наречените подпомагащи подразделения. Този интердисциплинарен подход позволява цялостен поглед върху темата. Проектът се координира с помощта на определени ключови показатели. **Освен това ние работим съвместно с PreZero, екологичното подразделение на Schwarz Group.**

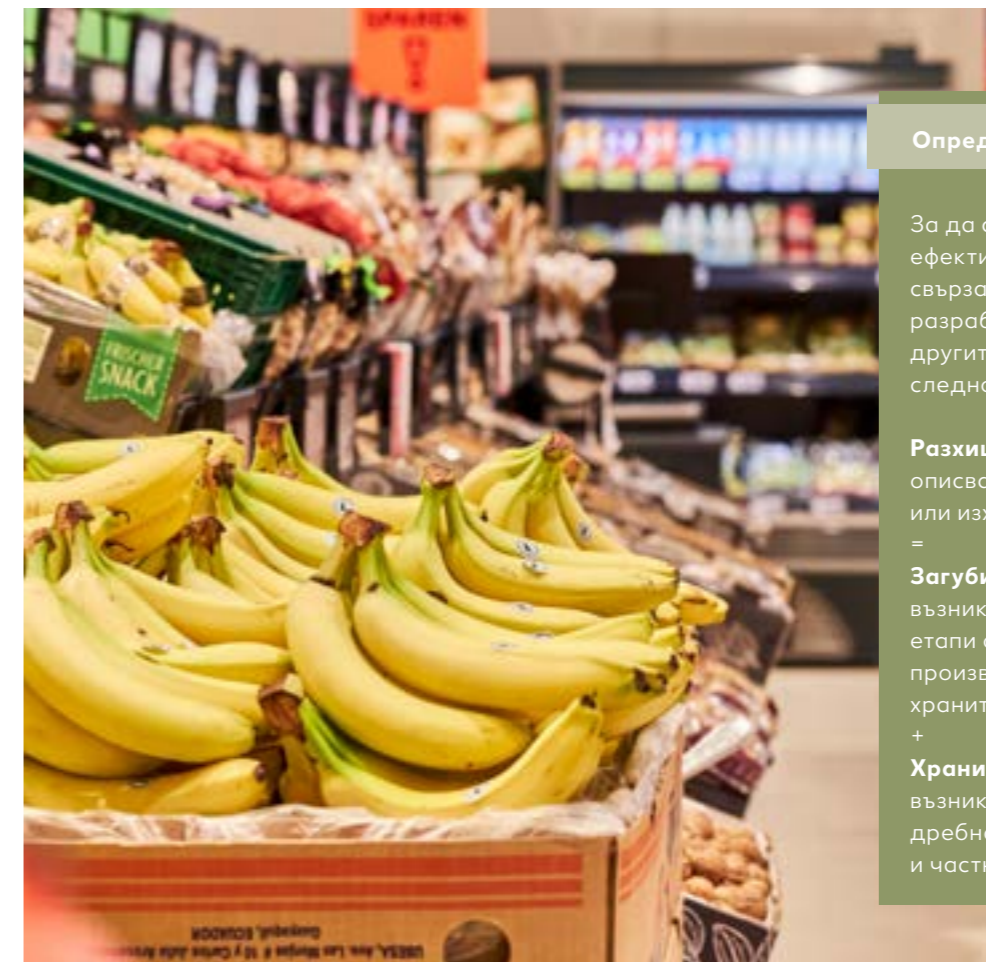
Тъй като за нас е важно да познаваме причините за възникване на хранителните отпадъци и загуби, ние ги анализирахме, в сферата на нашия бизнес. Искаме да познаваме точно факторите, които ни оказват влияние, за да можем да

поемем отговорност и да намаляваме целенасочено разхищението на храна, причинено от нашите бизнес дейности.

Ключовият показател „брак“ играе ключова роля при отчитането и анализа на отпадъците в нашите магазини. Той регистрира стоките, които вече не са годни за продажба, и е твърдо залегнал в нашите системи за управление на стоките. В рамките на пилотен проект в момента определяме кои други показатели (напр. информация за тонажа) могат да бъдат определени, за да се регистрират отпадъците по-точно. По този начин искаме за в бъдеще от стойността на нашия брак (в евро) да можем да правим изводи за изхвърленото количество (в кг.). Целта е да се регистрират отпадъците по-точно, без да се увеличават ненужно разходите на магазина.

НАШИЯТ ПОДХОД

В Kaufland прилагаме цялостен подход в борбата с разхищението на храна като включваме цялата верига на стойността. Включени са всички съответни подразделения - от „Снабдяване“ и „Логистика“ до нашите магазини. Само така можем да вземем предвид различните аспекти на разхищението на хранителни продукти и тази тема да стане централна.



Определение

За да се справим по конкретен и ефективен начин с предизвикателствата, свързани с разхищението на храна, разработихме, в сътрудничество с другите дружества от групата, Schwarz следното определение като основа:

Разхищение на храна

описва количеството храна, което се губи или изхвърля по веригата на стойността.

=

Загуби на храна

възникват обикновено при първите етапи от веригата на стойността при производството и преработката на храните.

+

Хранителни отпадъци

възникват в търговията на дребно, ресторантьорството и частните домакинства.



НАШАТА ЦЕЛ

До края на 2030 г. ще намалим с 50 процента разхищението на храна в сравнение с 2018 г.

Като част от групата Schwarz, ние сме ангажирани с гореспоменатите цели за устойчиво развитие на ООН. Ето защо съзнателно съгласувахме нашата съвместно разработена цел за намаляване на разхищението на храна с Целите за устойчиво развитие. Всички наши конкретни мерки допринасят за това.

Основният ни приоритет е да предотвратим от самото начало разхищението на храна във веригата за доставки и да го избегнем в собствената сфера на дейност. Ако това не е възможно, ние се стремим да оползотворяваме храната чрез сътрудничество с инициативи и асоциации или чрез рециклиране. Като основа за всички сфери на дейност искаме да предаваме знания и по този начин да повишаваме осведомеността на служителите и клиентите. Тези четири приоритета: превенция, избягване, оползотворяване и обучение (немски: „4 Vs“), са в основата на нашите действия.

В Kaufland сме определили четири приоритета за намаляване на хранителните отпадъци и загуби. По този начин се ориентираме според пирамидата на отпадъците.

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПРИОРИТЕТИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА РАЗХИЩЕНИЕТО НА ХРАНА

ПИРАМИДА НА ОТПАДЪЦИТЕ



Нашите сфери на влияние:

4 приоритета за борба с разхищението на храна

ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ



Предотвратяваме разхищението на храна във веригата на доставки, като работим в тясно сътрудничество с нашите доставчици.

ОБУЧЕНИЕ



Искаме да повишим степента на осъзнаване на проблема сред нашите клиенти и да предаваме знания

ИЗБЯГВАНЕ



Избягваме разхищението на храна в собствената сфера на дейност чрез концепции и сътрудничество.

ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ



Оползотворяваме отпадъците, които не можем да избегнем чрез рециклиране или друга употреба.



04 НАШИТЕ МЕРКИ

НАШИТЕ МЕРКИ

Като международна търговска група ние винаги гледаме на мерките глобално и цялостно. При дългосрочното прилагане на нашите мерки, за нас е много важно, те действително и ефективно да допринасят за намаляване на разхищението на храна. Ето защо фазата на изпитване на новите мерки е особено важна в нашите процеси на управление на стоките и логистиката с техните многобройни взаимовръзки. Внедряваме съответната мярка едва след като тя е успешно завършена. Прилагането и реализацията обаче се различават в отделните държави поради разликите в националните законодателства. Поради тази причина по-долу представяме нашите глобално приложими мерки и даваме избрани примери за отделни проекти.



Доброволно поемане на ангажимент без законово изискване за това

От 2021 г. **фирменият холдинг в Германия** е член на Форума за национален диалог на търговците на едро и дребно за намаляване на разхищението на храна, който беше иницириран от Федералното министерство на земеделието и храните. Kaufland в Германия доброволно се ангажира с конкретни цели и мерки за намаляване на разхищението на храна по цялата верига на стойността.

Фирменият холдинг в Хърватия се присъедини към „Доброволното споразумение за предотвратяване и намаляване на хранителните отпадъци“. Целта е да се постигне по-устойчиво използване на ресурсите по цялата верига на доставки.



ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ

За да предотвратим разхищението на храна, се фокусираме основно върху мерките в нашата верига на доставки, т.е. в земеделските предприятия, в снабдяването, складирането и транспорта на стоките. За тази цел постоянно адаптираме съществуващите процеси и работим в тясно сътрудничество с нашите доставчици.

Например съвместно оптимизирахме инструментите си за прогнозиране, за да можем да планираме по-точно необходимите количества: Чрез системите ни за управление на стоките и автоматизирани процеси, поръчваме стоките в съответствие с търсенето. По този начин осигуряваме оптимални количества за поръчка и кратки срокове за доставка. Що се отнася до месните продукти, адаптираният ритъм на поръчки и удълженото време между доставката на продуктите и минималния срок на трайност, така нареченият „остатъчен срок“, гарантират по-малко хранителни отпадъци.

Също така съвместно сме установили ясни процеси за съхранение на продуктите. Така например излишните запаси в склада се разпределят в други филиали, така че все още да могат да бъдат продадени. Извършваме проверки на плодовете и зеленчуците. По

този начин гарантираме, че в магазините ни достигат само висококачествени храни. За целта редовно обучаваме съответните служители по отношение на целенасоченото гарантиране на качеството, без да се разхищават хранителни продукти. В момента стартираме и нова концепция за обучение на инспекторите на вход стоки. Целта е да се проверяват правилно стоките по отношение на минималния срок на трайност и опаковката. Контролът на температурата и спазването на хладилната верига също играят важна роля, тъй като това е друг начин за предотвратяване на разхищението на храна.

Освен това подпомагаме служителите си да опаковат правилно палетите или да обезопасяват кашоните така, че хранителните продукти да се транспортират без повреда. Автоматичната система за комисиониране на плодове и зеленчуци и контролен списък за нашите работници ни помагат да групираме стоките по най-добрия възможен начин.

Ние сме в постоянен диалог с бизнес партньорите, доставчиците и селскостопанските предприятия, за да разработваме и прилагаме заедно с тях нови мерки и проекти за предотвратяване на разхищението и загубата на храна.

ИЗБЯГВАНЕ

Ефективните логистични процеси са важен фактор за избягване на разхищението на храна. В този контекст ние заедно оптимизираме непрекъснато управлението на качеството и ритъма на доставките.

С иновативните сгъваеми палети, разработени от Kaufland, намаляваме количествата от храни, годни за консумация, но неотговарящи на изискванията за форма, цвят или опаковка. Ако допълнителната опаковка се наруши по време на транспортирането, но продуктът не е повреден, преопаковаме продукта по подходящ начин и го връщаме в процеса. Освен това адаптираме температурата в камионите към продукта с помощта на няколко охлаждащи зони и проверяваме дали се поддържат хладилните вериги. По този начин гарантираме, че хранителните продукти остават свежи по време на транспортирането.

Храните от ултрасвежия асортимент, т.е. плодовете и зеленчуците, както и животинските продукти като месо или мляко, съставляват най-голям дял от изхвърлените храни поради по-краткия им срок на трайност. За да забавим естествения процес на зреене на плодовете и зеленчуците, предлагаме различни сортове с предпазен слой. Нанася се едва забележим и годен за консумация защитен слой, благодарение на който например от авокадото се изпарява по-малко вода. Това означава, че то е изложено по-малко на въздействието на кислорода и може да се консумира много по-дълго. Освен това планираме количествата плодове и зеленчуци за сезона заедно с нашите доставчици. Това означава,

че продуктите могат да се отглеждат и събират в съответствие с търсенето и така да се избегне свръхпроизводството.

Стремим се да намалим опаковките по екологични причини. Същевременно те осигуряват защита, особено за чувствителните храни, и следователно удължават срока, в който те са годни за консумация. Затова редовно оценяваме при кои продукти може да се намали опаковката и осигуряваме мрежи за насипни стоки, с цел запазване на свежестта.

Въпреки това, ако опаковката е необходима от гледна точка на хигиената и удължения срок на годност, винаги търсим по-устойчиви решения и иновации в областта на опаковките. Kaufland в Германия например опакова биологичната топло-пушена съомга Kaufland с хартия от влакната на растението силфия- влакната идват от регионално отглеждани енергийни култури.

Фокусираме се върху дигитализацията, когато създаваме нашите мерки, което ни позволява да бъдем по-гъвкави, когато става въпрос за намаляване на цените: Определени артикули се калкулират ежедневно, така че винаги да са налични в достатъчни количества през деня, но да са разпродадени изцяло малко преди края на работното време. За да се постигне това, цените на артикулите могат да бъдат намалявани през целия ден в зависимост от времето на деня и продажбите. **Всеки магазин решава кога да намали цената на даден артикул и до каква степен, в зависимост от наличностите и поведението на клиентите при покупка.**



Все още съм ОК

Kaufland прилага следните мерки в Германия в рамките на кампанията „Ich bin noch gut“ („Все още съм ОК“): Веднага щом наближи минималният срок на трайност на продуктите, цената се намалява. Освен това на стоките, които са на път да достигнат срока си на трайност, се отделя специално място в магазините. Въз основа на дизайна на „Все още съм ОК“ („Ich bin noch gut“) в магазините в Германия или неоновото жълтите надписи на рафтовете „По-евтино“ („Billiger“), рекламните дисплеи и кутиите имат стандартизиран външен вид и в магазините на Kaufland в другите страни. По този начин искаме да увеличим видимостта и разпознаемостта на рекламните дисплеи във всички страни.

ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ

Като търговец на дребно имаме много възможности да противодействаме на разхищението на хранителни продукти чрез прекия си контакт с клиентите и в сътрудничество с организации.

Примери от някои държави

В над 80 обекта в Германия, Kaufland си сътрудничи с инициативата „foodsharing“ („споделяне на храна“), която спасява остатъци от хранителни продукти от предприятия и частни лица, преди те да бъдат изхвърлени.

Затова даряваме на благотворителни организации хранителни продукти, които вече не са годни за продажба, но все още са годни за консумация. Когато ние в Kaufland разпознаем потенциал за подобряване на инфраструктурата за изхвърляне на отпадъци в нашата сфера на дейност, работим заедно за утвърждаването на нови системи.

Благодарение на своето обучение, квалификация и опит служителите на Kaufland знаят точно кога храната вече не е годна за продажба и трябва да бъде изхвърлена. Създадохме различни фракции на отпадъците, така че тези излишъци от хранителни продукти да могат да бъдат оползотворени по най-добрия възможен начин. По този начин Kaufland в Румъния например успя да гарантира, че органичните отпадъци, генерирани във филиалите, могат да се изхвърлят разделно и да се оползотворят.

България:
Даряваме храни с наближаващ срок на годност

Даряването на храна с наближаващ срок на годност е една от алтернативите в борбата с разхищението на хранителни продукти. През 2023 г. стартирахме партньорство с хранителната банка „Верният настойник“, на които даряваме храни с наближаващ срок на годност всяка седмица. С дейността „Хранително банкиране“ организацията е помогнала на десетки хиляди домакинства и социални институции от цялата страна! Към 2024 година предстои разширение на партньорската ни подкрепа и в още няколко области от страната.



Хранителни отпадъци: Заедно срещу разхищението

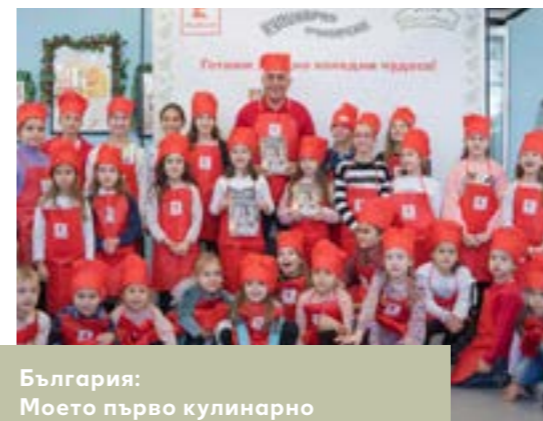
В Kaufland в Германия много магазини и дистрибуторски центрове работят съвместно с кухни за нуждаещи се. Няколко пъти седмично стоките се предоставят за събиране от доброволците на тези кухни.



ОБУЧЕНИЕ

Само чрез информиране и повишаване на осведомеността можем като общество да се справим с разхищението на хранителни продукти. С оглед на това, в различни курсове за обучение даваме на служителите си знанията, необходими за спазване на стандартите за свежест и хигиена, и по този начин предотвратяваме разхищението на храна. Освен това всички служители на Kaufland получават знание за устойчивото развитие чрез програмата за онлайн обучение „Kaufland с грижа за бъдещето“.

Освен това, като търговец на дребно с хранителни продукти, имаме възможност да привлечем вниманието на потребителите към проблема с разхищението на храна. В нашите онлайн и хартиени брошури клиентите ни редовно намират съвети за това как могат да се спасяват или оползотворяват хранителни продукти. Приложението на Kaufland съдържа и списъци за пазаруване и рецепти, които помагат на клиентите да пазаруват съзнателно и според нуждите си.



България:
„Моето първо кулинарно приключение“ - кулинарна книга за деца



За да възпитава устойчива култура и отношение както към приготвянето, така и към консумирането на храната, съвместно със служители на Kaufland и техните деца компанията стана издател на първата детска книга с рецепти от деца и за деца „Моето първо кулинарно приключение“. В нея са включени лесни за изпълнение, забавни за приготвяне, достъпни фото рецепти за пълноценното меню, които децата могат да подготвят сами или с малко помощ от възрастен член на семейството, като същевременно се запознават с качествата и характеристиките на хранителни продукти.



България:
„Мястото на храната не е на боклука“ - образователна инициатива

През 2023 г. Kaufland България стартира мащабна образователна кампания съвместно с платформата за „спасяване на непродадена храна“ Foodobox под надслов „Мястото на храната не е на боклука“. Целта на инициативата е да повиши информираността на учениците към проблема с хранителните отпадъци в световен мащаб и да ги провокира да търсят алтернативни начини за приготвяне на

ястия от наличното в хладилника. В рамките на пилотното издание на мащабната кампания над 4000 ученици между 1 и 7 клас от държавните училища в гр. София са обхванати от специално подготвени интерактивни образователни лекции. Социално значимата инициатива има за цел и да промени навиците и нагласите в посока по-устойчиво и отговорно потребление на хранителните ресурси.



A woman with her hair in a ponytail is smiling and smelling a tomato in a grocery store. A man is partially visible next to her, looking at the tomato. The background is a blurred grocery store aisle.

03 ПЕРСПЕКТИВА

За да изпълним отговорността си, ще продължим да работим заедно с решителност за ефективно намаляване на разхищението на хранителни продукти. За тази цел ще продължим досегашните си усилия и непрекъснато ще разработваме нови мерки. В бъдеще искаме да се съсредоточим повече върху подобряването на нашите системи за управление и разширяването на мониторинга на ключовите показатели.

Също така ще продължим да разширяваме мерките си по отношение на частните домакинства. Тъй като виждаме голям потенциал за намаляване на разхищението на хранителни продукти сред нашите клиенти, искаме да продължим да ги осведомяваме и образовваме чрез целенасочени комуникационни мерки - например, като ги насърчаваме да пазаруват според нуждите си или им предоставяме съвети как да използват остатъците от хранителни продукти.

В бъдеще Kaufland в Германия ще работи за още по-строго разделение на органичните отпадъци, произвеждани в магазините му. По този начин сухият хляб например може да се сортира и да се предоставя като храна за животни.

Също така сме убедени, че ефективно намаляване на разхищението на храна може да се постигне само в сътрудничество с други заинтересовани страни. По тази причина сме в постоянен диалог със стартъпи и проучваме идеи и импулси за възможно сътрудничество. Искаме да създадем устойчиви цикли и по така да постигаме непрекъснати подобрения в борбата с разхищението на храна.

ИЗТОЧНИЦИ

Организация по прехрана и земеделие на ООН :

Справяне със загубата и разхищението на храни: A triple win opportunity <https://www.fao.org/news-room/detail/FAO-UNEP-agriculture-environment-food-loss-waste-day-2022/en> (Версия: 20.6.2023 г.)

Szymkowiak, A., Borusiak, B., Pierański, B., Kotyza, P. & Smutka, L.:

Хранителни отпадъци от домакинствата: Значението на атрибутите на продукта и свързания с храната начин на живот, година на публикуване: 2022
[https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fenvs.2022.918485/full#:~:text=The%20most%20common%20reasons%20for,in%20household%20food%20activities%20\(Aschemann](https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fenvs.2022.918485/full#:~:text=The%20most%20common%20reasons%20for,in%20household%20food%20activities%20(Aschemann)
(As at: 07/27/2023)

Програма на ООН за околната среда:

Доклад за индекса на хранителните отпадъци, 2021
Година на публикуване: 2021
<https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>
(Версия: 06/20/2023)

Калифорнийски университет, Дейвис:

Защо една трета от храната ни се разхищава в световен мащаб?
Година на публикуване: 2019.
<https://www.ucdavis.edu>
(Версия: 07/24/2023)

Welthungerhilfe:

Спасяване на хранителни продукти = опазване на климата
Година на публикуване: 2019 <https://www.welthungerhilfe.de/lebensmittelverschwendung/lebensmittelverschwendung-und-klima-wandel>
(Версия: 06/20/2023)

Световна продоволствена програма:

5 факта за разхищението на храна и глада
Година на публикуване: 2020
<https://www.wfp.org/stories/5-facts-about-food-waste-and-hunger>
(Версия: 07/21/2023)

WWF-UK:

Driven to waste (Подтикнати към разхищение): Глобалното въздействие на загубата и разхищението на храни във фермите.
Година на публикуване: 2021
https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/driven_to_waste_the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf
(Версия: 07/24/2023)





Kaufland Stiftung & Co. KG
Rötelsstraße 35
74172 Neckarsulm

sustainability@kaufland.com
kaufland.com/actions

**Действията
носят
промяната**



Kaufland