

# Europejski panel obywatelski ds. marnowania żywności

## Zalecenia końcowe



**Podsumowanie zaleceń i wyników  
głosowania**

| Lp. | Tytuł                                                                                                                                                                                      | ZA  | PRZECIW | WSTRZYMAŁO SIĘ OD GŁOSU | OGÓŁEM |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------|-------------------------|--------|
| 1   | Im bliższy rolnik, tym szczęśliwszy konsument: mniej odpadów, większa zrównoważoność                                                                                                       | 120 | 15      | 5                       | 140    |
| 2   | Smaki domu: publiczne i prywatne wsparcie dla lokalnego rolnictwa w celu ograniczenia marnotrawienia żywności                                                                              | 119 | 9       | 12                      | 140    |
| 3   | Dziel się, nie marnuj!                                                                                                                                                                     | 93  | 31      | 16                      | 140    |
| 4   | Wymiana danych i najlepszych praktyk w całej Europie                                                                                                                                       | 97  | 27      | 16                      | 140    |
| 5   | Gromadzenie danych w całym łańcuchu dostaw żywności                                                                                                                                        | 101 | 28      | 11                      | 140    |
| 6   | Głosy obywateli mają znaczenie: udział obywateli w europejskiej polityce żywnościowej                                                                                                      | 91  | 37      | 12                      | 140    |
| 7   | Świeżo zebrane: wartość żywności sezonowej                                                                                                                                                 | 103 | 26      | 11                      | 140    |
| 8   | Ogólnounijną sieć wymiany żywności                                                                                                                                                         | 84  | 41      | 14                      | 139    |
| 9   | Planowane zakupy i redystrybucja                                                                                                                                                           | 85  | 38      | 16                      | 139    |
| 10  | Restauracje opowiadają się za „korzystaniem bez marnowania”                                                                                                                                | 113 | 17      | 9                       | 139    |
| 11  | Wszystkie odpady mają wagę                                                                                                                                                                 | 73  | 48      | 18                      | 139    |
| 12  | Obowiązkowy system sprawozdawczości w zakresie przejrzystości połączony z karami i nagrodami                                                                                               | 68  | 56      | 15                      | 139    |
| 13  | Ogólnounijne przepisy dotyczące niszczenia niesprzedanych produktów spożywczych – podejście oparte na wzajemnym uczeniu się we wszystkich państwach członkowskich                          | 109 | 20      | 10                      | 139    |
| 14  | Przejrzystość w zakresie marnotrawienia żywności służąca widoczności i działaniom                                                                                                          | 102 | 22      | 15                      | 139    |
| 15  | Innowacje w zakresie pakowania i stosowania opakowań, kiedy są one potrzebne                                                                                                               | 116 | 18      | 5                       | 139    |
| 16  | Rozszerzenie definicji marnotrawienia żywności w celu oszczędzania niezbranej żywności                                                                                                     | 110 | 19      | 10                      | 139    |
| 17  | Zachęcanie dorosłych do priorytetowego podejmowania działań w zakresie marnotrawienia żywności                                                                                             | 113 | 20      | 6                       | 139    |
| 18  | Świadomość żywieniowa i zrównoważona żywność w szkołach podstawowych i średnich                                                                                                            | 123 | 9       | 7                       | 139    |
| 19  | Promowanie i wspieranie aplikacji i platform wymiany żywności łączących konsumentów                                                                                                        | 97  | 25      | 17                      | 139    |
| 20  | Oszczędzanie żywności, oszczędzanie pieniędzy: europejska kampania przeciwko marnotrawieniu żywności we współpracy ze sprzedawcami detalicznymi żywności podczas czterech weekendów w roku | 98  | 31      | 10                      | 139    |
| 21  | „Stop marnotrawieniu żywności”: tydzień wiedzy o marnotrawieniu żywności w szkole                                                                                                          | 116 | 16      | 7                       | 139    |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |     |    |    |     |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|-----|
| 22 | Uświadomienie konsumentom, jaki jest ich wpływ na marnotrawienie żywności, oraz nauczanie ich niezależności w tym zakresie i zrozumienia, w jaki sposób przetwarzać, konserwować i ponownie wykorzystywać produkty przed upływem ich terminu ważności i po tym terminie („data przydatności do spożycia” jest datą bezpieczeństwa, po której produkt nie powinien być spożywany; „najlepiej spożyć przed” oznacza datę, do której produkt zachowuje optymalną jakość) | 108 | 26 | 5  | 139 |
| 23 | Wprowadzenie znormalizowanych praktyk na poziomie detalicznym w zakresie promowania wśród konsumentów produktów z kończącą się datą ważności.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 109 | 18 | 12 | 139 |

## Blok tematyczny I – „Współpraca w łańcuchu wartości żywności: „od pola do stołu”

### ZALECENIE 1

#### Im bliższy rolnik, tym szczęśliwszy konsument: mniej odpadów, większa zrównoważoność

Zalecamy, aby UE kontynuowała prace nad politykami i inicjatywami wspierającymi drobnych producentów w ich stosunkach handlowych z detalistami i supermarketami. Duży detaliści/przetwórcy mają wyraźną przewagę w tej relacji i nierzadko w handlu działają na swoją korzyść, co niekiedy prowadzi do marnowania żywności.

Następujące trzy kwestie wymagają szczególnej uwagi:

- 1) UE i jej państwa członkowskie powinny zachęcać detalistów i supermarkety do zaopatrywania się każdorazowo u producentów zlokalizowanych jak najbliżej. Powinny ponadto przeanalizować i opracować zachęty motywujące detalistów do przestrzegania tych zaleceń;
- 2) UE musi monitorować i kontrolować zakaz odwoływania zamówień w ostatniej chwili od 2019 r. i być gotowa do podejmowania interwencji, jeśli nie będzie on przestrzegany;
- 3) UE musi kontynuować prace nad polityką dotyczącą brzydkich/niekształtnych warzyw i owoców i dalej badać konsekwencje związane z marnowaniem żywności, gdy takie produkty są odrzucane.

#### Uzasadnienie

Wspieranie drobnych producentów i ich sprzedaży w bliskim sąsiedztwie ma duży potencjał w zakresie ograniczania marnotrawienia żywności na wiele sposobów, zarówno w całym łańcuchu wartości, jak i w gospodarstwach domowych:

- Marnotrawienie żywności jest prawdopodobne, gdy transport żywności trwa długo, a supermarkety starają się być efektywne kosztowo poprzez zwiększanie ilości.
- Lokalni producenci mogą lepiej dostosowywać się do zmian zapotrzebowania i szybciej reagować na te zmiany, co może przyczynić się do ograniczenia marnotrawienia.
- Żywność od pobliskich producentów jest często wyższej jakości i ma dłuższą trwałość, a to z kolei może przekładać się na zmniejszenie ilości odpadów żywnościowych w gospodarstwach domowych.
- Można uniknąć wyrzucania żywności z powodu jej niewłaściwego kształtu.
- Można uniknąć marnotrawienia żywności z powodu odwoływania zamówień w ostatniej chwili, jeśli wprowadzone zostaną bardziej kompleksowe przepisy i ramy wspierające drobnych producentów.

### **Uwagi dodatkowe**

Pozytywny wpływ na bezpieczeństwo żywnościowe i zdrowie.

Zwrócenie uwagi na znaczenie powiązania tego zalecenia z innymi inicjatywami dotyczącymi zachowań konsumentów, świadomości społecznej i edukacji w celu wzmocnienia współpracy między zainteresowanymi stronami i zwiększenia ogólnego zrozumienia kwestii marnotrawienia żywności i jej związku z lokalną produkcją żywności.

Wyzwania:

- kompromis z unijnymi zasadami dotyczącymi wolnego handlu i wolnego rynku, w związku z czym zalecenie to może budzić sprzeciw dużych korporacji/sprzedawców detalicznych i grup lobbystów;
- ważne jest, aby rozważyć i omówić znaczenie sformułowań „lokalny” i „krótki łańcuch dostaw” podczas dalszych prac nad tym zaleceniem, ponieważ nie istnieją wspólne definicje w tym zakresie na poziomie UE;
- sezonowość produktów i popyt konsumentów mogą stanowić wyzwanie dla potencjalnie ograniczonych dostaw ze względu na skupienie się na produktach z krótkiego łańcucha dostaw żywności.

### **ZALECENIE 2**

#### **Smaki domu: publiczne i prywatne wsparcie dla lokalnego rolnictwa w celu ograniczenia marnotrawienia żywności**

Zalecamy, aby władze lokalne i regionalne wspierały lokalnych rolników za pomocą praktycznych rozwiązań i inicjatyw mających na celu ograniczenie marnotrawienia żywności. Celem jest zachęcenie zainteresowanych stron do ściślejszej współpracy na rzecz realizacji tych inicjatyw, a tym samym stworzenia zrównoważonego systemu żywnościowego, który przyniesie korzyści zarówno rolnikom, jak i konsumentom.

Sugerujemy, aby władze lokalne uruchomiły kilka inicjatyw:

- 1) ulgi podatkowe i dotacje dla drobnych rolników;
- 2) wspieranie lokalnych rolników w znajdowaniu nowych rynków, na których mogą być chronieni przed nieuczciwymi relacjami władzy z detalistami, na przykład poprzez wyznaczanie przestrzeni publicznych na potrzeby prowadzenia sprzedaży;
- 3) wspieranie włączających procesów i inicjatyw z udziałem zainteresowanych stron łańcucha wartości w zakresie pracy z odpadami żywnościowymi, na przykład poprzez promowanie korzystania z „aplikacji wspierających walkę z marnotrawieniem żywności” w miastach;
- 4) wspieranie stowarzyszeń i innych podmiotów, które wspierają lokalnych rolników w kwestiach związanych z marnotrawieniem żywności, takich jak banki żywności.

### **Uzasadnienie**

Wspieranie drobnych producentów i ich sprzedaży w bliskim sąsiedztwie ma duży potencjał w zakresie ograniczania marnotrawienia żywności na wiele sposobów, zarówno w całym łańcuchu wartości, jak i w gospodarstwach domowych:

- marnotrawienie żywności jest prawdopodobne, gdy transport żywności trwa długo, a supermarkety starają się być efektywne kosztowo poprzez zwiększanie ilości.
- Lokalni producenci mogą szybciej reagować na zmiany zapotrzebowania i lepiej dostosowywać się do tych zmian, co może przyczynić się do ograniczenia marnotrawienia.
- Żywność od lokalnych producentów jest często wyższej jakości i ma dłuższą trwałość, co oznacza, że skrócenie łańcucha wartości przyczyniłoby się do zmniejszenia marnotrawstwa na poziomie zarówno transportu, jak i gospodarstw domowych.

**Uwagi dodatkowe**

- Zwrócenie uwagi na znaczenie powiązania tego zalecenia z innymi inicjatywami dotyczącymi zachowań konsumentów, świadomości społecznej i edukacji w celu wzmocnienia współpracy między zainteresowanymi stronami i zwiększenia ogólnego zrozumienia kwestii marnotrawienia żywności i jej związku z lokalną produkcją żywności.

**Główne wyzwania**

- Szeroki zakres i wysoki stopień złożoności zalecenia. Przeanalizowanie i wdrożenie wielu z sugerowanych inicjatyw zajmie trochę czasu i wymaga skutecznych systemów monitorowania.
- Kompromis z unijnymi zasadami dotyczącymi wolnego handlu i wolnego rynku, który może stanowić wyzwanie na drodze do realizacji inicjatywy i jej zaakceptowania przez różne zainteresowane strony.

**ZALECENIE 3****Dziel się, nie marnuj!**

Zalecamy, aby banki żywności i ogólnie podmioty zajmujące się redystrybucją żywności były wspierane finansowo na podstawowym poziomie przez rządy za pośrednictwem ogółouropejskiego programu strukturalnego, a nie działały głównie w oparciu o prywatne darowizny (ale nie były finansowane w 100%, aby nie przekształciły się w przedsiębiorstwa). Zalecamy również stworzenie platformy łączącej różne istniejące aplikacje, które łączą sprzedawców detalicznych z bankami żywności. Taka platforma powinna być przyjazna dla użytkownika, efektywna i zarządzana centralnie. Zalecamy ponadto, aby żywność redystrybuowana (przekazywana jako darowizna lub sprzedawana po niższej cenie) od sprzedawców detalicznych do banków żywności była przekazywana w odpowiednim czasie i w dobrym stanie, najlepiej 3–5 dni przed upływem terminu przydatności do spożycia (a nie zgodnie z obecnymi wytycznymi 48 godzin). Zachętą do tego mogłyby być ulgi podatkowe dla sprzedawców detalicznych, które malałyby wraz ze zbliżaniem się terminu redystrybucji do daty ważności produktów. Aby kwalifikować się do otrzymania takiej ulgi, sprzedawcy musieliby przekazywać określoną minimalną ilość żywności.

**Uzasadnienie**

Ponieważ w obecnym systemie nie da się całkowicie uniknąć odpadów żywnościowych, powinniśmy przynajmniej starać się ratować żywność, która jest marnotrawiona. W tym kontekście należy wykorzystać wszystkie już dostępne narzędzia (banki żywności, aplikacje, odpowiednie stowarzyszenia, inicjatywy itp.).

**Uwagi dodatkowe**

Wyzwaniem jest zwiększenie zdolności banków żywności bez przekształcania ich w przedsiębiorstwa (ponieważ chodzi raczej o eliminowanie odpadów żywnościowych na wyższych szczeblach sektora spożywczego).

**ZALECENIE 4****Wymiana danych i najlepszych praktyk w całej Europie**

Zalecamy, aby rządy w każdym kraju prowadziły wymianę danych i najlepszych praktyk w zakresie działań ukierunkowanych na wszystkie etapy łańcucha marnotrawienia żywności, od producentów po konsumentów, w ramach platformy Komisji Europejskiej ds. marnotrawienia żywności (Unijna Platforma ds. Strat i Marnotrawienia Żywności). Informacje te będą następnie przetwarzane i analizowane przez specjalny komitet złożony z naukowców z UE, którzy będą pracować nad promowaniem i udostępnianiem dobrych praktyk. Dane dotyczące dobrych praktyk powinny być podzielone na kategorie według rodzajów produkcji i rodzajów konsumpcji. Ponadto celem tej inicjatywy jest wspieranie sieci miast/regionów, które uzyskują dostęp do tych danych i stosują sprawdzone przez siebie praktyki, w oparciu o podobne wzorce konsumpcji i produkcji. Sieć zostanie utworzona, aby te miasta/regiony mogły uczyć się od siebie nawzajem w oparciu o podobne wzorce. W tym celu można by wykorzystać koncepcję „miast partnerskich”: miasta borykające się z podobnymi problemami związanymi z marnotrawieniem żywności będą współpracować w celu ich rozwiązania.

**Uzasadnienie**

Wymiana najlepszych praktyk mogłaby być bardziej efektywna i spójna. Ponadto wykorzystano by zarówno Unijną Platformę ds. Strat i Marnotrawienia Żywności, jak i koncepcje Eurocities i „miast partnerskich”. Inicjatywa ta ma na celu zwiększenie współpracy miast i regionów w całej Europie.

**Uwagi dodatkowe**

## **ZALECENIE 5**

### **Gromadzenie danych w całym łańcuchu dostaw żywności**

Zalecamy, aby dane na temat tego, kto, jak, gdzie, dlaczego i kiedy marnuje żywność w całym łańcuchu dostaw żywności, były gromadzone przez organ UE lub inne agencje lub instytucje badawcze. Może się to odbywać w następujący sposób:

- 1) zbieranie informacji na temat indywidualnych zachowań konsumentów za pomocą aplikacji;
- 2) bezpośrednie gromadzenie danych w ramach badania Eurobarometr;
- 3) ankiety wysyłane do szkół i innych organizacji edukacyjnych. Mogłyby być przeprowadzane przed przeprowadzeniem interwencji w szkole ukierunkowanej na marnowanie żywności lub po takiej interwencji;
- 4) wykorzystanie panelu obywatelskiego jako reprezentatywnej grupy do celów badawczych;
- 5) badanie obserwacyjne zachowań konsumentów może być badaniem interwencyjnym. Przykładem mogą być panele konsumenckie organizowane w BE/NL;
- 6) wykorzystanie naukowo potwierdzonych wskaźników pochodzących z wyższych uczelni;
- 7) badania obserwacyjne – w szczególności badanie rzeczywistych ilości odpadów żywnościowych na podstawie istniejących procesów gospodarowania odpadami w miastach i gminach;
- 8) zbieranie i porównywanie faktur z transakcji między supermarketami a rolnikami;
- 9) standaryzacja formularzy do zgłaszania odpadów.

### **Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ wiedza na temat tego, gdzie, kiedy i dlaczego marnowana jest żywność, pozwala prowadzić bardziej ukierunkowane kampanie uświadamiające i zapewnia szczegółowe informacje na temat tego, w jakich obszarach wpływ na ograniczenie marnotrawienia żywności może być największy. Grupa uważa, że dzięki gromadzeniu dokładniejszych danych na temat tego, w których częściach łańcucha żywnościowego marnowana jest żywność, możliwe będzie skuteczniejsze rozwiązywanie problemów związanych z odpadami żywnościowymi. Obecna wspólna metoda gromadzenia danych UE na temat odpadów żywnościowych (określona w decyzji delegowanej Komisji (UE) 2019/1597) opiera się na pomiarze ilości odpadów, podczas gdy celem przedmiotowej propozycji jest gromadzenie bardziej szczegółowych danych na temat tego, kto, kiedy i gdzie marnuje żywność. Zaproponowane dodatkowe projekty/inicjatywy w zakresie gromadzenia danych mogłyby zostać wykorzystane jako uzupełnienie danych ilościowych gromadzonych w ramach nowych rocznych sprawozdań składanych przez państwa członkowskie. Dostarczyłyby one bardziej szczegółowych danych na temat tego „jaka żywność jest marnotrawiona, w jaki sposób, w jakich okolicznościach i gdzie”.

### **Uwagi dodatkowe**

**Uwagi dotyczące danych, które powinny być gromadzone:** należy gromadzić dane na temat tego „jaka żywność jest marnotrawiona, w jaki sposób, w jakich okolicznościach i gdzie”. **„Jaka żywność jest marnotrawiona i w jakich okolicznościach?”:** jaka żywność jest marnotrawiona i w jakich okolicznościach? Co dokładnie ludzie wyrzucają – ile gramów zostaje na talerzu? Dane dotyczące tego, ile się kupuje, a ile wyrzuca. **„W jaki sposób?”:** w jaki sposób marnuje się żywność – czy jest ona wyrzucana? Czy produkty są gotowane zbyt późno/są zepsute/ przeterminowane? Czy kupujemy za dużo? Można również uwzględnić różnice kulturowe. **„Kto?”:** kto w łańcuchu dostaw marnuje żywność – dystrybutorzy, konsumenci itp.? Czy na poziomie konsumenta istnieje podział, którzy konsumenci marnują najwięcej żywności – czy może to być związane z wiekiem lub krajem zamieszkania? (Uwaga: czy konsumenci będą chcieli podać te dane?)

W odniesieniu do pkt 5: organizacją, która stanowi inspirację w zakresie danych, jest Growth for Knowledge/GFK.

Grupa uważa, że poszanowanie prywatności i danych osobowych Europejczyków jest bardzo ważne. Należy to uwzględnić przy wszelkich badaniach prowadzonych w oparciu o przedstawione zalecenie.

**ZALECENIE 6****Głosy obywateli mają znaczenie: udział obywateli w europejskiej polityce żywnościowej**

W oparciu o wyniki Konferencji w sprawie przyszłości Europy i obecnego Europejskiego panelu obywatelskiego ds. marnowania żywności zaleca się ustanowienie lokalnych i krajowych forów zaangażowania obywatelskiego. Zadaniem tych forów byłoby śledzenie i monitorowanie krajowych strategii wdrażania dyrektyw UE w sprawie ograniczenia marnotrawienia żywności z perspektywy obywateli oraz oferowanie porad w tym zakresie. Zalecamy również, aby w ramach Unijnej Platformy ds. Strat i Marnotrawienia Żywności uwzględniono udział i zaangażowanie obywateli, co umożliwiłoby koordynację współpracy między forami zaangażowania. Na poziomie krajowym i unijnym fora te powinny stanowić platformę wymiany informacji i wzajemnego uczenia się między obywatelami/konsumentami, zainteresowanymi stronami i decydentami.

**Uzasadnienie**

Powyższe zalecenie przedstawiono, ponieważ ważne jest, aby dać głos obywatelom, zapewnić sprawiedliwy i przejrzysty proces oraz umożliwić obywatelom i decydentom koordynację działań i wzajemne uczenie się. Obywatele są ekspertami w dziedzinie własnego życia, a ich perspektywa musi być uwzględniana na szczeblu lokalnym, krajowym i unijnym.

**Uwagi dodatkowe****ZALECENIE 7****Świeżo zebrane: wartość żywności sezonowej**

Zalecamy zmianę nawyków konsumenckich poprzez informowanie konsumentów o wartości żywności sezonowej. Służyć temu powinny wyraźne oznaczenia w sklepach, które pozwolą konsumentom jednoznacznie zidentyfikować produkty sezonowe. Informacje o żywności sezonowej powinny być również przekazywane szerokiemu gronu odbiorców za pomocą publicznych kampanii informacyjnych. Informowanie konsumentów za pośrednictwem oznaczeń na półkach i kampanii może zachęcić producentów do uprawy produktów sezonowych. Zalecamy ponadto opracowywanie lepszych danych na temat najsukuteczniejszych metod zachęcania do produkcji produktów sezonowych i ograniczania importu niesezonowych produktów spożywczych niskiej jakości.

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ żywność niesezonowa jest często importowana lub ma gorszą jakość niż żywność sezonowa. Wyższa jakość żywności może mieć wpływ na zachowania konsumentów, ponieważ zwykle bardziej cenią sobie oni żywność wyższej jakości, a co za tym idzie, marnują jej mniej.

**Uwagi dodatkowe**

## **Blok tematyczny II – „Inicjatywy na rzecz przedsiębiorstw spożywczych”**

### **ZALECENIE 8**

#### **Ogólnounijnna sieć wymiany żywności**

Zalecamy, aby najwięksi dystrybutorzy byli bezpośrednio połączeni za pośrednictwem rejestru na ogólnounijnej stronie internetowej, która umożliwia wymianę żywności o zbliżającym się terminie przydatności do spożycia lub nadwyżek żywności. Celem tej strony internetowej byłoby zapobieganie marnotrawieniu żywności dzięki umożliwieniu komunikacji między poszczególnymi poziomami (zob. poniżej) a kolejnymi jednostkami sektorowymi w łańcuchu dostaw. Przedsiębiorstwa mogłyby zarejestrować się na tej stronie i za jej pośrednictwem oferować lub kupować nadwyżki żywności po niższej cenie. Istniałyby trzy poziomy:

1. poziom pierwszy obejmowałby producentów, rolników i dystrybutorów;
2. poziom drugi obejmowałby supermarkety, banki żywności i kuchnie społeczne;
3. poziom trzeci obejmowałby konsumentów i gospodarstwa domowe.

#### **Uzasadnienie**

#### **Uwagi dodatkowe**

### **ZALECENIE 9**

#### **Planowane zakupy i redystrybucja**

Zalecamy opracowanie ram prawnych harmonizujących przepisy państw członkowskich dotyczące praktyk stosowanych w całym łańcuchu dostaw w zakresie redystrybucji nadwyżek żywności i żywności o zbliżającym się terminie przydatności do spożycia, z uwzględnieniem przepisów w zakresie bezpieczeństwa i prognozowania danych. Zakupy powinny być dostosowywane do rodzaju sprzedawanych produktów. Do sprzedaży po niższej cenie lub przekazywania darowizn można by zachęcać supermarkety i dostawców poprzez oferowanie im korzyści (np. w postaci ulg podatkowych).

#### **Uzasadnienie**

#### **Uwagi dodatkowe**

**ZALECENIE 10****Restauracje opowiadają się za „korzystaniem bez marnowania”**

Zalecamy, aby instytucje europejskie przyjęły przedstawiony poniżej plan mający na celu ograniczenie marnotrawienia żywności w restauracjach. Po spełnieniu określonych kryteriów jakości (takich jak te przedstawione poniżej i kilku innych) wszystkie rodzaje restauracji powinny mieć prawo do eksponowania odpowiedniego logo (które jest zharmonizowane w całej UE). Logo informowałoby o możliwości zabrania resztek do domu, a kelnerzy powinni zapewniać opakowania, aby klienci mogli zabierać resztki do domu. Restauracje, które wdrożą plan dotyczący logo, mogłyby umieścić w swoich menu dodatkową informację o możliwości zabrania resztek do domu. Niewykorzystane pozostałości przygotowywanych dań powinny być oferowane pracownikom. Pozostałości surowej żywności z kuchni powinny być przekazywane do banków żywności/innych instytucji charytatywnych.

Żywność, która nie nadaje się do spożycia, powinna być wykorzystywana do produkcji energii odnawialnej. Aby ułatwić restauracjom spełnienie tych kryteriów jakości (lub dodatkowych kryteriów jakości), należy zapewnić im wsparcie finansowe na potrzeby realizacji tego planu. Ulgi podatkowe mogłyby służyć jako zachęta finansowa, a ponadto restauracje mogłyby otrzymać dodatkową pomoc. Ponieważ pozostałości żywności z kuchni można zważyć lub zmierzyć, ilości te mogłyby być monitorowane i uwzględniane przy obliczaniu ulgi podatkowej.

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ realizacja tego zalecenia przyczyniłaby się do ograniczenia ilości odpadów żywnościowych pochodzących z restauracji, a jednocześnie pozwoliłaby znacznie zmniejszyć efekt zawstydzenia, jakie klienci mogą odczuwać, gdy proszą o spakowanie resztek. Działania restauratorów mogą posłużyć za wzór do naśladowania i zainspirować gospodarstwa domowe do ograniczania marnotrawienia żywności.

**Uwagi dodatkowe****ZALECENIE 11****Wszystkie odpady mają wagę**

Zalecamy zobowiązanie organizacji odpowiedzialnych za gospodarowanie odpadami do ważenia, skalowania lub mierzenia odpadów organicznych. W perspektywie krótkoterminowej plan powinien koncentrować się na instytucjach publicznych (np. szkołach i szpitalach) i całych dzielnicach lub osiedlach, a w perspektywie długoterminowej powinien obejmować również prywatne gospodarstwa domowe. Przedstawiciele tych instytucji/dzielnicy oraz, na późniejszym etapie, prywatnych gospodarstw domowych powinni regularnie otrzymywać sprawozdania i zestawienia porównawcze z poprzednimi okresami oraz analizy porównawcze z innymi podmiotami. Dzięki temu wzrasta świadomość i motywacja do ograniczania marnotrawienia żywności. Pomiary nie muszą być dokonywane w ten sam sposób we wszystkich krajach, wystarczy, że dane będą porównywalne w danym kraju.

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ realizacja tego zalecenia przyczyniłaby się do zwiększenia świadomości wśród konsumentów. Stanowiłaby również zachętę do ograniczenia marnotrawienia żywności i zwiększenia działań w tym zakresie. Wyniki tego zalecenia mogą być mierzone w krótkim i długim okresie, co stanowi pewną motywację do ograniczenia marnotrawienia żywności.

**Uwagi dodatkowe**

**ZALECENIE 12****Obowiązkowy system sprawozdawczości w zakresie przejrzystości połączony z karami i nagrodami**

Zalecamy ustanowienie systemu sprawozdawczości (w szczególności podobnego do systemu certyfikacji ISO) w celu określenia konkretnych standardów w całym łańcuchu wartości, z uwzględnieniem producentów, sprzedawców detalicznych, supermarketów, restauracji i hoteli. W oparciu o istniejące kategorie służące do klasyfikowania wielkości firm w ramach tego systemu należy dokonać rozróżnienia na duże przedsiębiorstwa oraz małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP). Powinny istnieć kary w przypadku nieprzestrzegania standardów i nagrody w przypadku osiągnięcia przez przedsiębiorstwa wyników lepszych niż zakładane. Powinien istnieć system grzywnien proporcjonalnych do wagi naruszenia i wielkości przedsiębiorstwa. Nagrody powinny przede wszystkim mieć formę systemu etykiet, na przykład ocen w skali „ABC”, lub potencjalnie zachęt finansowych, zwłaszcza dla MŚP. Sprawozdania powinny być sporządzane przez niezależnych i zewnętrznych audytorów, a nie przez same przedsiębiorstwa. Organy publiczne na poziomie państw członkowskich (np. ministerstwa lub organy regulacyjne) powinny być odpowiedzialne za zapewnienie realizacji i monitorowanie. Dane powinny być publicznie dostępne i zapewniać możliwość wzajemnego uczenia się. Komisja powinna pełnić funkcję nadzorczą i koordynacyjną.

**Uzasadnienie**

Ważne jest, aby dane zawarte na etykietach były dostępne dla osób, które chcą uzyskać więcej informacji niż samą etykietę.

**Uwagi dodatkowe****ZALECENIE 13****Ogólnounijnne przepisy dotyczące niszczenia niesprzedanych produktów spożywczych – podejście oparte na wzajemnym uczeniu się we wszystkich państwach członkowskich**

Należy zapewnić, aby produkty spożywcze, zanim zostaną wyrzucone, były wykorzystywane w ramach różnych etapów. Priorytetem jest unikanie marnotrawienia żywności, ale jeśli nie jest to możliwe, stosuje się następujący cykl: konsumpcja przez ludzi, konsumpcja przez zwierzęta, produkcja biopaliwa i kompostowanie. Państwa członkowskie są odpowiedzialne za stworzenie wymaganej infrastruktury umożliwiającej wdrożenie tego rozwiązania. UE wyznacza nadrzędny cel, jakim jest ograniczenie ilości odpadów żywnościowych o określony procent. Państwa członkowskie ustanawiają normy krajowe, aby wspólnie osiągnąć cel UE. Mogą wdrożyć dobrowolne albo obowiązkowe środki, które przedsiębiorstwa będą mogły albo musiały stosować. Musi istnieć możliwość ilościowego określenia ograniczenia ilości odpadów żywnościowych. Po etapie pilotażowym, który koncentruje się na supermarketach, i wprowadzeniu dostosowań opartych na wzajemnym uczeniu się, najlepsze praktyki powinny stanowić wytyczne dla wszystkich państw członkowskich.

**Uzasadnienie**

Model francuski nie sprawdza się, w związku z czym potrzebne jest lepsze rozwiązanie, na przykład platforma taka jak w Finlandii, za pośrednictwem której firmy mogą zgłaszać żywność, która mogłaby zostać zmarnowana. Przepisy zakazujące marnotrawienia żywności muszą mieć charakter ogólny, aby uwzględnić różnice kulturowe w poszczególnych państwach członkowskich.

**Uwagi dodatkowe**

**ZALECENIE 14****Przejrzystość w zakresie marnotrawienia żywności służąca widoczności i działaniom**

Zalecamy, aby wszyscy uczestnicy łańcucha dostaw żywności, z wyjątkiem indywidualnych gospodarstw domowych, mieli obowiązek mierzenia ilości odpadów żywnościowych i informowania w przejrzysty sposób o postępowaniu z nimi i unieszkodliwianiu ich. Należy również położyć nacisk na konieczność opracowania nowych sposobów gromadzenia danych oraz uwzględnienia strat żywności w sektorze rolnym.

Należy ponadto wprowadzić zróżnicowane zachęty do promowania dobrowolnych umów, aby wspierać instytucje w pełnieniu przez nie pionierskiej roli. Nie bez znaczenia są również działania naprawcze, ukierunkowane na włączenie wszystkich uczestników łańcucha dostaw żywności (z wyjątkiem indywidualnych gospodarstw domowych).

UE powinna przeprowadzić ocenę najlepszych praktyk w różnych państwach członkowskich w zakresie istniejących struktur informowania i zachęt, a także środków naprawczych. Dzięki temu możliwe będzie ustanowienie dalszych ram dla UE w celu zwiększenia porównywalności danych.

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ wiedza na temat istniejących odpadów żywnościowych stanowi podstawę wprowadzania dalszych rozwiązań, takich jak zachęty, innowacyjne dobrowolne umowy i mechanizmy naprawcze mające na celu zapobieganie marnotrawieniu żywności.

**Uwagi dodatkowe**

W ramach zachęty można by zastosować ogólnounijną technikę etykietowania, aby wykorzystać strategie marketingowe. Kolejnym przykładem może być odpowiednia rekompensata finansowa za ograniczenie ilości odpadów żywnościowych.

**ZALECENIE 15****Innowacje w zakresie pakowania i stosowania opakowań, kiedy są one potrzebne**

Zalecamy kontynuowanie inwestycji w badania naukowe nad innowacyjnymi i alternatywnymi zrównoważonymi sposobami pakowania. Dzięki temu możliwe będzie wydłużenie trwałości, zwiększenie rozmiaru opakowania w celu ograniczenia ilości odpadów żywnościowych oraz zapewnienie większego bezpieczeństwa żywności podczas jej transportu. UE powinna wspierać tę inicjatywę za pomocą środków finansowych i politycznych w ramach odpowiednich programów, takich jak finansowanie przedsiębiorstw typu start-up i mniejszych sił innowacyjnych. Zalecamy również zachęcanie sprzedawców detalicznych do sprzedaży żywności bez opakowań, o ile jest to możliwe, bez wpływu na bezpieczeństwo żywności.

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ nadal w znacznym stopniu wykorzystuje się opakowania, szczególnie do celów transportu i zapewnienia bezpieczeństwa żywności. W związku z tym uważamy, że wspieranie innowacji (badań/przedsiębiorstw typu start-up) w zakresie opakowań przyjaznych dla środowiska może przyczynić się do rozwiązania tego problemu. Z jednej strony dostosowanie rozmiarów opakowań łatwo psujących się produktów spożywczych pozwoliłoby ograniczyć ilość odpadów żywnościowych, przy jednoczesnym uwzględnieniu ryzyka zwiększonej ilości odpadów opakowaniowych (przy czym badania, o których mowa powyżej, powinny mieć na celu zapobieganie temu zjawisku). Z drugiej strony powinno się oferować pojedyncze porcje, które można zabrać ze sobą we własnym pojemniku (również w celu zmniejszenia odpadów żywnościowych, a także innych rodzajów odpadów). Opracowanie struktury opakowań przyjaznych dla środowiska i dostosowanie ich infrastruktury może ostatecznie przynieść akceptację konsumentów.

|                        |
|------------------------|
| <b>Uwagi dodatkowe</b> |
|------------------------|

### Blok tematyczny III – „Wspieranie zmiany zachowań konsumentów”

#### **ZALECENIE 16**

##### **Rozszerzenie definicji marnotrawienia żywności w celu oszczędzania niezebranej żywności**

Zalecamy rozszerzenie europejskiej definicji odpadów żywnościowych, aby uwzględnić w niej niezebraną żywność. Uważamy również, że rolnicy powinni mieć możliwość komercjalizacji nieidealnych, ale wciąż jadalnych produktów. Aby uniknąć strat żywności, rolnicy powinni otrzymać znaki informujące, że niezebrana żywność może być odbierana przez prywatne gospodarstwa domowe i organizacje pozarządowe.

Pomysł ten należy przedstawić dwóm grupom:

- obywatelom za pośrednictwem kampanii opracowanej w zaleceniu 20;
- rolnikom za pośrednictwem ministerstw rolnictwa państw członkowskich. Ministerstwa powinny realizować to zalecenie we współpracy z lokalnymi gminami i związkami producentów.

##### **Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ marnotrawienie jadalnej żywności jest nierozsądne. Bezpośrednie zbiory pomagają docenić pracę rolników i wartość produkowanej przez nich żywności.

##### **Uwagi dodatkowe**

Wyzwanie polega na tym, że nie chcemy obwiniać rolników.

**ZALECENIE 17****Zachęcanie dorosłych do priorytetowego podejmowania działań w zakresie marnotrawienia żywności**

Zalecamy, aby każde państwo członkowskie wdrożyło program dla dorosłych mający na celu zwiększenie świadomości i wiedzy na temat kosztów marnotrawienia żywności oraz korzyści płynących z zapobiegania temu zjawisku na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym.

Działania te powinny opierać się na najlepszych dostępnych danych (zalecenie 5), aby podkreślić pilny charakter problemu. Powinny obejmować aplikacje (zalecenie 18), kampanie (zalecenia 4 i 20), doksztalcanie i szkolenie osób pracujących w przemyśle spożywczym, wewnętrzne programy szkoleniowe dla specjalistów, a także filmy dokumentalne i programy telewizyjne na ten temat. Mogą to być krótkie reklamy pokazujące korzyści płynące z ponownego wykorzystania żywności, promowanie niedzieli jako dnia resztek i tworzenie teleturniejów z zawodami kulinarnymi dla młodych dorosłych, aby zaangażować nadawców.

Ważne jest informowanie ludzi, poprzez proste komunikaty lub zachęty, o ekonomicznych i środowiskowych korzyściach płynących z niemarnotrawienia żywności.

Kluczową rolę w rozpowszechnianiu informacji mogą odgrywać media, zwłaszcza publiczne stacje radiowe i telewizyjne, media drukowane, media społecznościowe, instytucje publiczne, muzea i sprzedawcy detaliczni. Istniejące instytucje Unii mogłyby opracować zasoby wspierające państwa członkowskie (na przykład Dom Historii Europejskiej).

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ inne zalecenia dotyczą edukacji dzieci, lecz potrzebne są również działania, które mają natychmiastowy krótkoterminowy wpływ na obecne pokolenie osób robiących zakupy i gotujących.

**Uwagi dodatkowe**

Korzyścią jest to, że zachęty do przeciwdziałania marnotrawieniu żywności stosowane w supermarketach będą równoważyć działania marketingowe, które zachęcają ludzi do kupowania zbyt dużych ilości jedzenia.

**ZALECENIE 18****Świadomość żywieniowa i zrównoważona żywność w szkołach podstawowych i średnich**

Zalecamy włączenie tematów związanych ze zrównoważoną żywnością i żywieniem do programów nauczania w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych, poprzez utworzenie nowych obowiązkowych kursów, które już istnieją w niektórych krajach, lub włączenie ich do istniejących przedmiotów obowiązkowych. Zalecenie to ma na celu zwiększenie świadomości uczniów na temat marnotrawienia żywności poprzez dyskusje na temat wartości społeczno-ekonomicznych, zrównoważonej produkcji i konsumpcji, zachowań zakupowych, ekonomii gospodarstwa domowego oraz praktycznych doświadczeń zbliżających szkoły i gospodarstwa rolne. Aby zrealizować to zalecenie, istnieją dwa warunki wstępne, które UE powinna spełnić. Po pierwsze potrzebna jest wielostronna kampania uświadamiająca, aby stworzyć i wzmocnić dynamikę wokół tego tematu (zalecenie 20). Po drugie, należy wspierać nauczycieli za pomocą szkoleń, wymian pedagogicznych i materiałów, wykorzystując do tego istniejące sieci i sprawdzone najlepsze praktyki. Chociaż zdajemy sobie sprawę, że wprowadzenie tych zmian może zająć trochę czasu, ważne jest, aby już teraz organizować dni lub tygodnie działań poświęconych marnotrawieniu żywności w szkołach przy zaangażowaniu różnych podmiotów społecznych (zalecenie 21).

**Uzasadnienie**

Marnotrawienie żywności jest objawem szerszych problemów systemowych, które odnoszą się do sposobu, w jaki produkujemy, kupujemy i konsumujemy żywność w Europie, dlatego wszelkie działania pedagogiczne muszą wykraczać poza ten temat i uwzględniać wartości i pożądane kierunki rozwoju produkcji i konsumpcji w Europie. Edukacja wciąż pozostaje w zakresie kompetencji krajowych, a poszczególne państwa członkowskie mają różne programy nauczania. Uznajemy te różnice, a jednocześnie zachęcamy UE do promowania ambitnych działań, obejmujących nowe lub istniejące przedmioty szkolne, takie jak geografia czy ekonomia.

**Uwagi dodatkowe****ZALECENIE 19****Promowanie i wspieranie aplikacji i platform wymiany żywności łączących konsumentów**

Zalecamy, aby UE promowała istniejące aplikacje i platformy, takie jak Olío lub FoodSharing.de, i wspierała ich rozwój. Narzędzia, które mają być promowane, muszą spełniać następujące podstawowe kryteria i być na ich podstawie poddawane ocenie: łatwość obsługi, wielkość bazy danych, niezależność, możliwość dostosowania do lokalnych warunków oraz rzeczywisty wpływ na ograniczenie marnotrawienia żywności. UE, władze krajowe i regionalne muszą aktywnie promować najbardziej obiecujące istniejące narzędzia i wspierać, w szczególności, ale nie tylko finansowo, ich rozwój i utrzymanie za pośrednictwem różnych programów badawczych, działań i finansowania. Środki publiczne powinny być przeznaczone na dostarczanie jakościowych i neutralnych informacji, wolnych od reklam.

**Uzasadnienie**

Istnieje wiele aplikacji, które łączą różne podmioty, np. przedsiębiorstwa i konsumentów lub samych konsumentów. Niektóre z tych narzędzi mogą okazać się skuteczne w łączeniu konsumentów i pomagać im oszczędzać żywność. Wydaje się jednak, że mają one ograniczony zasięg geograficzny lub nie są wystarczająco rozpowszechnione wśród Europejczyków. Uważamy, że ważne jest, aby UE i państwa członkowskie aktywnie wspierały innowacje technologiczne mające duży wpływ, a tym samym zapewniały możliwość tworzenia nowych pomysłów i innowacji, które staną się zrównoważone w perspektywie długoterminowej.

## Uwagi dodatkowe

### ZALECENIE 20

#### **Oszczędzanie żywności, oszczędzanie pieniędzy: europejska kampania przeciwko marnotrawieniu żywności we współpracy z sprzedawcami detalicznymi żywności podczas czterech weekendów w roku**

Zalecamy, aby UE koordynowała kampanię ukierunkowaną na sklepy sprzedające żywność (sprzedawcy detaliczni żywności, supermarkety, hipermarkety, mniejsze sklepy), która zostanie wdrożona w państwach członkowskich. Kampania ta odbywałaby się przez cztery weekendy każdego roku i skupiałaby się na temacie „oszczędzanie żywności, oszczędzanie pieniędzy”. Poszczególne państwa członkowskie same decydowałyby, które weekendy wybrać. Wybór terminów powinien uwzględniać cel, jakim jest zwiększenie świadomości na temat nawyków związanych z kupowaniem żywności (np. w okolicach świąt narodowych lub kulturalnych) oraz sezonowości (np. w okresie żniw). Kampania byłaby inicjatywą Unii Europejskiej, która opracowałaby jednolity projekt wizualny (jednakowe logo, kod kolorystyczny itp.) dla wszystkich państw członkowskich. Następnie kampania byłaby wdrażana na poziomie krajowym i dostosowana do specyfiki każdego kraju, jego kalendarza rocznego, zwyczajów żywieniowych itp.

#### **Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ zwiększanie świadomości społecznej na temat marnotrawienia żywności jest bardzo ważne. Ustanowiono tylko Międzynarodowy Dzień Świadomości na Temat Strat i Marnotrawstwa Żywności, który jest mało znany wśród obywateli i ginie wśród wielu innych międzynarodowych dni. Nowe wydarzenie odbywałoby się podczas czterech weekendów w roku. Pozwoliłoby to zwiększyć widoczność tej kwestii wśród Europejczyków, a forma powtarzających się weekendów w ciągu roku byłaby korzystniejsza niż pojedynczy dzień. W ten sposób można by również odróżnić europejskie wydarzenie od standardowych dni międzynarodowych.

#### **Uwagi dodatkowe**

- Jedną z korzyści przedstawionego zalecenia jest zwiększenie świadomości wśród Europejczyków na temat kupowania i konsumpcji żywności oraz sezonowości produktów spożywczych jako sposobów na zapobieganie marnotrawieniu żywności. Dzięki kampanii organizowanej podczas czterech weekendów w roku informacje byłyby systematycznie przekazywane Europejczykom. Kolejną korzyścią byłoby zachęcanie do współpracy ze sprzedawcami detalicznymi żywności w ramach tej kampanii i włączenie ich w walkę z marnotrawieniem żywności.
- Jeśli chodzi o wyzwania, pojawia się kwestia tego, jak można zaangażować sprzedawców detalicznych/punkty sprzedaży żywności w to wydarzenie. Ponieważ celem sprzedawców detalicznych żywności jest sprzedaż jak największej ilości produktów, niektórzy z nich mogą nie chcieć zachęcać konsumentów do spożywania mniejszej ilości żywności lub zmiany nawyków konsumpcyjnych. Z drugiej strony celem wszystkich sklepów, w tym tych sprzedających żywność, jest generowanie zysków, więc mogą one traktować to wydarzenie jako strategię budowania dobrego wizerunku jako podmiotów zaangażowanych w walkę z marnotrawieniem żywności. Kolejne wyzwanie dotyczy specyfiki i rocznych kalendarzy w poszczególnych państwach członkowskich UE: w niektórych krajach nie obchodzi się Świąt Bożego Narodzenia lub obchodzi się je w innych terminach, a dni wolne od pracy mogą różnić się w zależności od kraju.
- Dalsze szczegółowe informacje na temat sposobu wdrażania zalecenia:
  - \* Należy korzystać ze zróżnicowanych źródeł na potrzeby kampanii przeciwko marnotrawieniu żywności we współpracy z sprzedawcami detalicznymi żywności: media tradycyjne (telewizja, gazety), media społecznościowe, współpraca z lokalnymi influencerami,

reklama. Warto wykorzystać te cztery weekendy w roku, aby skutecznie promować kampanię poświęconą niemarnotrawieniu żywności.

\* Podczas tych weekendów UE powinna rozpowszechniać informacje o sprzedawcach detalicznych żywności, którzy już zorganizowali i rozwijają inicjatywy mające na celu przeciwdziałanie marnotrawieniu żywności. UE powinna wspierać te istniejące już inicjatywy i promować dobre praktyki za pośrednictwem pozytywnej narracji. W ramach kampanii należy skupić się na pozytywnych doświadczeniach, a nie na podkreślaniu szokujących komunikatów.

\* Zorganizowanie działań uzupełniających i oceny 4 weekendów w celu udoskonalenia kampanii i zwiększenia jej zasięgu z roku na rok.

## **ZALECENIE 21**

### **„Stop marnotrawieniu żywności”: tydzień wiedzy o marnotrawieniu żywności w szkole**

Zalecamy zorganizowanie w szkołach tygodnia tematycznego poświęconego marnotrawieniu żywności w celu zwiększenia świadomości tego zjawiska wśród dzieci i młodzieży. Tydzień miałby formę i treść dostosowane do wieku uczniów. W szkołach podstawowych i przedszkolach tydzień powinien koncentrować się na zwiększaniu świadomości poprzez gry i zabawy. Komisja Europejska stworzyłaby i rozpowszechniłaby zestaw narzędzi dla szkół i nauczycieli we wszystkich językach UE na temat tego, jak zwiększać świadomość zjawiska marnotrawienia żywności w szkołach oraz jak omawiać i organizować działania na ten temat w ramach nauczanych przedmiotów. W zestawie narzędzi znalazłyby się wytyczne wraz z proponowanymi działaniami, które nie obciążałyby zbyt wielu nauczycieli i powinny być łatwo dostępne online. Młodszy uczniowie otrzymaliby certyfikat (z logo UE). Poszczególne kraje realizowałyby tydzień w zależności od funkcjonowania ich systemów edukacji i kalendarzy akademickich. Szkoły miałyby swobodę decydowania o tym, jakie działania chcą zorganizować w ciągu tego tygodnia, korzystając z zestawu narzędzi udostępnionego nauczycielom.

#### **Uzasadnienie**

Dzieci powinny nauczyć się, jak doceniać żywność, w jaki sposób jest ona produkowana i ile czasu zajmuje jej wytworzenie. Ważne jest, aby zdobyć tę świadomość na wczesnym etapie. O tym wydarzeniu mogą również dowiedzieć rodzice, ponieważ uczniowie po powrocie do domu opowiadają im o swoich doświadczeniach w szkole.

#### **Uwagi dodatkowe**

- Jedną z korzyści jest to, że dzieci uczą się, jak doceniać żywność, w jaki sposób jest ona produkowana i ile czasu zajmuje jej wytworzenie. Ważne jest, aby uświadamianie rozpocząć na wczesnym etapie. Kolejną korzyścią jest to, że tego rodzaju wydarzenie pozwala dotrzeć do rodziców przez dzieci i młodzież, ponieważ uczniowie po powrocie do domu opowiadają im o swoich doświadczeniach w szkole.
- Jednym z wyzwań jest zadbanie o to, aby nauczyciele nie byli zbyt obciążeni pracą i nie musieli sami wymyślać wszystkich działań i pomysłów. Z tego powodu bardzo ważne jest opracowanie ram lub wytycznych obejmujących proponowane działania, aby zapewnić wszystkim uczniom we wszystkich szkołach możliwość udziału w tej inicjatywie.

## **ZALECENIE 22**

**Uświadomienie konsumentom, jaki jest ich wpływ na marnotrawienie żywności, oraz nauczanie ich niezależności w tym zakresie i zrozumienia, w jaki sposób przetwarzać, konserwować i ponownie wykorzystywać produkty przed upływem ich terminu ważności i po tym terminie.**

**(„data przydatności do spożycia” jest datą bezpieczeństwa, po której produkt nie powinien być spożywany; „najlepiej spożyć przed” oznacza datę, do której produkt zachowuje optymalną jakość)**

Zalecamy wdrożenie narzędzi informacyjnych, aby uświadomić konsumentów i (ponownie) wyposażać ich w umiejętność oceny, czy dany produkt jest rzeczywiście przeterminowany. Aby konsumenci mieli wiedzę na temat przydatności do spożycia produktów spożywczych, popieramy wprowadzenie lepszego oznaczania daty przydatności do spożycia: w tym samym miejscu na każdym produkcie i większą czcionką. Ponadto zalecamy umieszczanie kodu QR bezpośrednio na etykiecie produktu (z możliwością wykorzystania kodu kreskowego). Jaki jest tego cel? Przekazywanie informacji na temat najlepszych sposobów przechowywania i rozpoznawania (po smaku i zapachu), czy produkt jest nadal zdatny do spożycia, a także przekazywanie wskazówek kulinarnych dotyczących przetwarzania produktu (przykłady dostosowanych przepisów). Producenci są naszym zdaniem najbardziej kompetentni do sformalizowania informacji dostępnych za pośrednictwem kodu QR. W przypadku produktów bez etykiet, takich jak owoce i warzywa, kod QR powinien być umieszczany w miejscu sprzedaży produktów, aby uniknąć niepotrzebnego pakowania. Aby zapewnić dostępność tego źródła informacji dla wszystkich konsumentów, inicjatywa ta nie opiera się wyłącznie na technologii cyfrowej. Zachęcamy również do udostępniania materiałów w formie papierowej (np. informatory w supermarketach).

### **Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ naszym zdaniem wyzwanie polega na tym, aby konsumenci odpowiedzialnie podchodzili do zarządzania żywnością. Dzięki uzupełnieniu informacji dostępnych na produkcie konsumenci będą mogli zrozumieć kwestie związane z datą ważności. Będą również mogli przezwyciężyć „błędne przekonania” o żywności, której termin ważności upłynął, lub „strach przed zachorowaniem” po spożyciu takiej żywności. W rzeczywistości wiadomo, że producenci są ostrożni, jeśli chodzi o ustalanie daty minimalnej trwałości, która przede wszystkim ma chronić ich samych. Tak naprawdę produkt można spożyć po tej dacie. Nie kwestionujemy jednak zasadności podawania terminu przydatności do spożycia. Pozostaje on kluczowym wskaźnikiem świeżości.

### **Uwagi dodatkowe**

Korzyść polega na tym, że inicjatywa ta skupia się na etykietowaniu, aby zapewnić konsumentom jak najlepsze informacje o zaletach zarówno dla ich portfela, jak i dla środowiska. Poniższe motto doskonale podsumowuje naszą ideę: „kupuj rozsądnie i jedz taniej”. Aby upowszechnić i promować to nowe źródło informacji wśród konsumentów, proponujemy przeprowadzenie szeroko zakrojonej kampanii informacyjnej wyjaśniającej cel tego nowego narzędzia.

**ZALECENIE 23****Wprowadzenie znormalizowanych praktyk na poziomie detalicznym w zakresie promowania wśród konsumentów produktów z kończącą się datą ważności.**

Zalecamy, aby zakupy produktów z kończącą się datą ważności podlegały ponownej wycenie poprzez zwrócenie się do przedsiębiorstw o przyjęcie strategii zarządzania tymi produktami i ich wyceny dla konsumentów. W rzeczywistości jest to kwestia zmiany postrzegania tych produktów przez gospodarstwa domowe, tak aby nie były one przeznaczone tylko dla jednej części populacji. Strategia ta jest podzielona na kilka części:

- część dotyczącą wdrożenia przepisów na poziomie europejskim obejmującą stworzenie sekcji poświęconej takim produktom, dzięki czemu będą one łatwo dostępne i rozpoznawalne po wejściu do sklepu w celu promowania lepszych praktyk konsumpcyjnych przez wszystkich użytkowników, niezależnie od dochodów;
- opracowanie polityki komunikacyjnej podkreślającej „zdrowy rozsądek” i atrakcyjność produktów, a także odpowiedzialne podejście do zakupów (aspekty związane z promowaniem nadmiernej konsumpcji nie powinny być podkreślane w komunikacji);
- zachęcanie sprzedawców detalicznych do dostosowania swojej polityki dotyczącej wykładania na półki w godzinach szczytu nowych produktów z kończącą się datą ważności (z uwzględnieniem praktyk konsumenckich w różnych krajach europejskich).

**Uzasadnienie**

Zalecamy to, ponieważ inicjatywa ta wzmacnia istniejącą politykę w wielu sklepach i standaryzuje „dobre praktyki” w skali całej Europy. Grupa zwraca szczególną uwagę na korzystny efekt upowszechnienia tych środków, które mogłyby zmienić postrzeganie tanich produktów (dostępnych nie tylko dla gospodarstw domowych, ale także dla ogółu społeczeństwa).

**Uwagi dodatkowe**

Zalecenie to ma na celu wspieranie zaangażowania przedsiębiorstw w zrównoważone praktyki. Dzięki temu można budować lojalność konsumentów. Istnieją jednak pewne wyzwania związane z realizacją tego zalecenia w praktyce:

- po stronie gospodarstw domowych: bycie bardziej elastycznym i dostosowywanie tygodniowego menu do dostępnych produktów;
- po stronie przedsiębiorstw: przeszkolenie personelu i wprowadzenie tej nowej polityki w życie;
- po stronie ogółu społeczeństwa: przełamanie błędnych przekonań i zmiana postrzegania tych produktów przez konsumentów, co z pewnością wiąże się z niskimi kosztami, a przede wszystkim ma na celu wyeliminowanie problemu niesprzedanych towarów.