

# Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



# Szanuję, nie marnuję!



w hurtowni



w dystrybucji



w biurze



w sklepie



w domu



dla innych

Podręcznik powstał w ramach  
kampanii społecznej Grupy Eurocash  
mającej na celu wspieranie Przedsiębiorców i pracowników  
Grupy Eurocash w walce z marnowaniem żywności.

Organizator



Partnerzy kampanii



Partnerzy edukacyjni



Partner społeczny



# Marnowanie żywności w liczbach



**1,3 mld ton**

żywności marnuje się rocznie na świecie



**88 mln ton**

żywności marnuje się rocznie w Europie (UE)



**5 mln ton**

żywności marnuje się rocznie w Polsce



**59% Polaków**

lepiej ocenia firmy działające w sposób odpowiedzialny i przeciwdziałające marnowaniu żywności



**68% Polaków**

uważa się za odpowiedzialnych konsumentów



**74% Polaków**

uważa, że firmy powinny wdrażać zasady zrównoważonego rozwoju



**7% żywności**

marnuje się w handlu



**800 mln ludzi**

na świecie głoduje



**60% żywności**

marnuje się w naszych domach



**2 mld ludzi**

można by nakarmić zmarnowaną żywnością



**30% produkowanej żywności na świecie**

ulega zmarnowaniu



**8% globalnej emisji CO<sub>2</sub>**

powstaje w wyniku marnowania żywności



# Spis treści

Słowo wstępu	6
Jak korzystać z podręcznika?	7

## Część I. Wprowadzenie.

### Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności? 9

1. Marnowanie żywności – problem społeczny, gospodarczy i ekologiczny	10
2. Marnowanie żywności – jakie są jego skutki dla biznesu?	14
3. Odpowiedzialny klient – o oczekiwaniach konsumentów	16
4. Grupa Eurocash – jej działania w obszarze niemarnowania żywności	19
5. Prawo a problem marnowania żywności. Wytyczne ustawy i obowiązki Przedsiębiorcy	25
Co należy wiedzieć o ustawie?	26
Obowiązki Przedsiębiorcy wynikające z ustawy	30
Obowiązek zawarcia umowy z organizacją pozarządową	31
Obowiązek organizowania kampanii edukacyjno-informacyjnych	39
Obowiązek raportowania	40
Opłata za marnowanie żywności	41
Co grozi za niezłożenie sprawozdania lub nieuiszczenie opłaty?	44
Informacje o ilości marnowanej żywności	45

## CZĘŚĆ II. Dla Przedsiębiorcy i pracownika.

### Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności? 46

1. Grupa Eurocash – odpowiedzialność za łańcuch logistyczny	47
2. Świeżość i jakość – jak zamawiać towar, żeby nie marnować?	48
3. Transport – odpowiedzialna dystrybucja	50

4. Odpowiedzialna ekspozycja – zarządzanie towarem	52
5. Twój pracownik potrzebuje wiedzy – dlaczego ważna jest edukacja?	60
6. Niezależnie od tego, gdzie pracujesz – nie marnuj!	62
7. Komunikacja z klientami – wytyczne ustawy i dobre praktyki	64
8. Z szacunku do osób potrzebujących – współpraca z organizacjami pozarządowymi	69
Rozmowa Dagmary Kowalskiej z Magdaleną Masiak – koordynatorką ogólnopolskiego programu Spiżarnia Caritas	70
Współpraca Grupy Eurocash z organizacjami pozarządowymi	73

## CZĘŚĆ III. Dla konsumenta. Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień? 74

1. Konsument, czyli każdy z nas	75
2. Proste zasady, by nie marnować żywności na co dzień	77

## Część IV. Dodatki. Biogramy, wzory, formularze, przykłady i kalkulator opłat 88

1. Nasi eksperci	89
2. Przykłady materiałów promocyjnych przygotowanych przez partnerów kampanii „Szczujemy, nie marnujemy!”	93
3. Lista Wojewódzkich Funduszy Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej	95
4. Sprawozdanie o marnowanej żywności – wzór formularza	96
5. Przykłady sprawozdań i wyliczenia opłaty za zmarnowaną żywność	97
6. Umowa o współpracy w zakresie niemarnowania żywności – wzór	106
7. Protokół przekazania żywności – wzór	113

# Słowo wstępu



## Pedro Martinho

Członek Zarządu Grupy Eurocash  
odpowiedzialny za kwestie związane  
ze zrównoważonym rozwojem

Drogi Czytelniku,  
trzymasz w rękach e-book „Szanuję,  
nie marnuję! Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika”. Oznacza to, że  
problem marnowania żywności jest dla Ciebie  
ważny i masz potrzebę pogłębienia swojej  
wiedzy na ten temat. Cieszymy się, że  
będziemy mogli Ci w tym towarzyszyć,  
dzieląc się naszą wiedzą, opiniami ekspertów  
i doświadczeniami praktyków. Przygotowaliśmy  
ten e-book z pełną świadomością tego, że  
temat marnowania żywności (ang. *food waste*) jest

zagadnieniem obszernym i mającym szeroki wymiar społeczny (który jest problemem globalnym), prawny (niemarnowanie żywności w handlu jest regulowane specjalną ustawą), praktyczny (co łączy się z konsekwencjami tego zjawiska dla biznesu i zachowaniami konsumentów) oraz światopoglądowy (który zwłaszcza w ostatnich latach jest coraz bardziej powszechny wśród konsumentów). Wiemy, że krótkie potraktowanie tego tematu nie jest możliwe. Dlatego też, by dobrze zrozumieć problem i móc mu przeciwdziałać, do prac nad naszym podręcznikiem zaprosiliśmy szerokie grono ekspertów i praktyków, co pozwoliło nam na wieloaspektowe i przede wszystkim praktyczne podejście do całego zagadnienia.

Poprzez tę publikację chcemy zachęcić współpracujących z Grupą Eurocash Przedsiębiorców do usprawnienia ich działań w tym obszarze. Pragniemy również zwrócić uwagę na innowacje wspierające zmniejszanie ilości marnowanej żywności.

Co znajdziesz w e-booku? Przede wszystkim praktyczne wskazówki, jak nie marnować żywności na każdym etapie prowadzonego przez Ciebie biznesu lub podczas Twojej pracy. Tekst prawnika, który pomoże zrozumieć i stosować obowiązujące przepisy, wraz ze wzorami umów i raportów pomocnych w codziennej działalności. Znajdziesz tutaj także szeroki wybór raportów i publikacji różnych ekspertów, odnośników do tekstów na blogu Grupy Eurocash, do zapoznania z którymi serdecznie Cię zachęcamy.

E-book powstał w ramach kampanii społecznej Grupy Eurocash „Szanujemy, nie marnujemy!”. Towarzyszyły jej artykuły na naszym blogu, a także cykl webinarów oraz zapis wideo z konferencji, która odbyła się 16 października w Światowym Dniu Żywności – materiały te uzupełniają wiadomości z podręcznika i są dostępne na platformie Akademii Umiejętności Eurocash.

Zapraszam do lektury!

# Jak korzystać z podręcznika?



Marta Kukowska



Małgorzata Woźna

Drogi Czytelniku,

ten podręcznik został podzielony na 4 części oznaczone odpowiednim kolorem. **Część I. Wprowadzenie** zawiera wszystkie najważniejsze informacje o marnowaniu żywności. **Część II. Dla Przedsiębiorcy i pracownika** podejmuje problem niemarnowania żywności w Twojej pracy lub biznesie. **Część III. Dla konsumenta** zawiera wskazówki niezbędne, gdy nie chcesz marnować żywności w domu. Natomiast w **części IV. Dodatkach** zawarliśmy biogramy ekspertów, wzory umów oraz przydatne case study i kalkulatory opłat – zajrzyj tam koniecznie!

Każda strona ma wydzielony margines, na którym znajdziesz mnóstwo informacji w różnych kategoriach. Dla ułatwienia oznaczono je odpowiednimi ikonami – ich listę znajdziesz na następnej stronie.

Tekst podręcznika oparliśmy na najnowszych dostępnych źródłach (na dzień 21 października 2021 roku), niemniej zagadnienie marnowania żywności jest bardzo rozległe, dlatego zawarliśmy w nim linki do stron i odnośniki do rozmaitych źródeł (raportów, badań, artykułów czy podcastów) – nie bój się tam sięgać i pogłębiać swojej wiedzy!

Mamy nadzieję, że podręcznik rozwieje wiele Twoich wątpliwości i podpowie różne rozwiązania przydatne w Twych codziennych obowiązkach.

Bo warto pracować i żyć w stylu zero waste!

Autorki

**Obowiązek raportowania**

**Sprawozdanie o marnowanej żywności**  
Kolejnym Twoim obowiązkiem jest coroczne sporządzenie raportu dotyczącego ilości zmarnowanej żywności. Sprawozdanie o marnowanej żywności należy złożyć Wojewódzkiemu Funduszowi Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej na terenie województwa, w którym prowadzisz działalność w zakresie sprzedaży żywności – czyli tam, gdzie znajduje się Twój sklep lub hurtownia (ich listę znajdziesz w **dotatkach** do niniejszej publikacji). Sprawozdanie musi mieć formę pisemną według wzoru ustalonego przez Ministra Klimatu i Środowiska. Możesz je złożyć osobiście lub wysłać pocztą.

Sprawozdanie zawiera dane o całkowitej masie marnowanej żywności w danym roku oraz wysokości należnej opłaty. Dokument trzeba złożyć do 31 marca roku kalendarzowego następującego po roku, którego dotyczy sprawozdanie, czyli np. do 31 marca 2022 roku za rok 2021. Pamiętaj o tym, że sprawozdanie przygotowuje się na podstawie posiadanych dokumentów i danych, a to z kolei oznacza, że musisz na bieżąco dokumentować ilość żywności przekazywanej organizacji pozarządowej oraz ilość żywności przeznaczanej do zniszczenia jako odpady.

Sprawozdanie jest ważne również dlatego, że wylicza się w nim opłatę za marnowanie żywności, którą będziesz musiał zapłacić.

**Część I Wprowadzenie**  
Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności?

Na bieżąco rejestruj ilość żywności przekazanej organizacjom pozarządowym oraz żywności przeznaczanej do zniszczenia jako odpady – zbieraj te dane w formie pliku w komputerze lub na piśmie.

**31.03**  
Ważne! 31 marca – termin złożenia sprawozdania

Formularz sprawozdania o marnowanej żywności jest umieszczony w **dotatkach**, można go też pobrać tutaj:

**Pobierz wzór umowy**

Szanujemy, nie marnujemy!  
Podręcznik dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i pracownika

EUROCASH

Ikonki łańcucha żywnościowego, w zależności od tematyki tekstu, na danej stronie „świecą się” te, których ten tekst dotyczy

Po naciśnięciu odpowiedniego koloru paska, zostaniesz przeniesiony do innej części podręcznika

wypowiedzi ekspertów



Agata Klima-Nowak  
Adwokat  
Autorka bloga [prawodlaprzedsiebiorczych.pl](http://prawodlaprzedsiebiorczych.pl)

Czy wiesz, że...

28% światowych gruntów rolnych to suma całkowitej powierzchni Chin, Mongolii i Kazachstanu – żywność uprawiana na takiej powierzchni jest marnowana.

Na marginesie umieszczono mnóstwo przydatnych informacji, oprócz tych oznaczonych ikonami znajdziesz tam:

fakty, ciekawostki  
dobre praktyki

Dobra praktyka



Sieć „abc na kołach” przygotowała dla swoich klientów ulotki z przepisami na potrawy z części owoców i warzyw, które zostają po przygotowaniu innych dań.

źródła

Zobacz źródło



Grupa Eurocash, [Raport wpływu Grupy Eurocash na przedsiębiorczość jej Klientów za 2020 rok](#).

## Lista ikon i oznaczeń wykorzystanych w podręczniku

	hurtownia, magazyn		podatki, opłaty, kary, wszelkie kwestie związane z płatnościami
	transport, logistyka, samochody		sklep socjalny lub charytatywny
	biuro		szukaj
	sklep, konsument		ważne kwestie do zanotowania
	dom, home office		listy, wykazy
	pomaganie innym		zakaz przekazywania żywności
	materiał wideo		ważna data do zapamiętania
	podcast		zajrzyj do dodatków
	dokumenty, umowy, formularze		naczynie lub materiał przeznaczony do kontaktu z żywnością
	pliki do pobrania		



Cel 2 z Celów Zrównoważonego Rozwoju do 2030 roku: Walczymy z głodem; chcemy osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i zrównoważone rolnictwo



Cel 12 z Celów Zrównoważonego Rozwoju do 2030 roku: Chcemy zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji

8

Jak korzystać z podręcznika?



### Dagmara Kowalska

Dziennikarka lifestylowa, prowadzi audycje o kulturze, motoryzacji i zdrowym życiu

W e-booku „Szanuję, nie marnuję! Podręczniku dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i Pracownika” słowo „szacunek” wybija się na pierwszy plan. Szacunek do planety, żywności, człowieka, współpracy, biznesu, pieniądza. Daje to nadzieję, że dobrych praktyk niemarnowania żywności możemy się uczyć od siebie nawzajem.

Publikacja ta stanowi kompendium doskonale uporządkowanej i przejrzystej wiedzy, po którą można sięgnąć w razie wątpliwości. Planeta potrzebuje przemyślanych, trafnych i wspólnych działań, a ten podręcznik jest jednym z nich. Gratuluję autorkom i koordynatorom projektu. To ważny krok w kierunku niemarnowania żywności.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i pracownika



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

**Część I**

**Wprowadzenie**

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



# 1. Marnowanie żywności – problem społeczny, gospodarczy i ekologiczny



Zjawisko marnowania żywności jest problemem globalnym o wymiarze gospodarczym, ekologicznym i społecznym. Jak szacuje [FAO](#) (Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa), w tej chwili na świecie marnuje się 30% wyprodukowanej żywności, czyli w skali roku 1,3 mld ton w całym łańcuchu żywnościowym. W samej Europie to 88 mln ton, a w Polsce – 5 mln ton. Jesteśmy pod tym względem niechlubnym liderem w Unii Europejskiej.

Na świecie głoduje 800 mln ludzi, zmarnowana żywność zaś pozwoliłaby nakarmić aż 2 mld osób. To sprawia, że problem marnowania żywności nabiera głębokiego wymiaru etycznego i moralnego. Społeczność międzynarodowa zauważyła jego wagę, dlatego zobowiązała się poprzez [Cele Zrównoważonego Rozwoju do 2030 roku](#) znacząco na to wpłynąć przez działania zmierzające do zrównoważonej konsumpcji oraz ograniczenia głodu na świecie. Dążą one z jednej strony do wprowadzenia [regulacji prawnych ograniczających marnowanie żywności](#), z drugiej zaś do szerokiej promocji postaw społecznych i konsumenckich w duchu zero waste.

10

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



### Jarosław Szczygieł

Fundacja dla Edukacji Ekologicznej

Wydawać by się mogło, iż rozwój oraz bogacenie się społeczeństwa powinny łączyć się z większą świadomością w zakresie zarządzania zasobami zaspokajającymi nasze podstawowe potrzeby. Paradoksem jest to, że wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa wzrasta jednocześnie ilość marnowanej żywności. Pamiętajmy o wielowymiarowych konsekwencjach tego zjawiska, m.in. skutkach społecznych, ekologicznych oraz ekonomicznych, ponieważ zarówno my – klienci, jak i przedsiębiorcy mamy duży wpływ na decyzje dotyczące ograniczania marnowania żywności.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



11

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Czy wiesz, że...

**28%** światowych gruntów rolnych to suma całkowitej powierzchni Chin, Mongolii i Kazachstanu – żywność uprawiana na takiej powierzchni jest marnowana.

Za **70%** zużycia wody słodkiej odpowiada rolnictwo – dla porównania ludzie wypijają zaledwie 1%. Zmarnowanie **1 szklanki mleka** to zmarnowanie **1000 litrów wody**.

**1 tona** zmarnowanej żywności to **4 tony CO<sub>2</sub>**.

### Zobacz źródło



Podcast *Przyszłość. Żywność. Planeta.*

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

Jeśli chodzi o problem środowiskowy, to marnując żywność, powodujemy, że wszelkie zasoby wykorzystane do jej produkcji, w tym zasoby naturalne, także idą na marne. Pamiętajmy, że im później w łańcuchu żywnościowym nastąpi zmarnowanie żywności, tym większy jest tego negatywny wpływ na środowisko. Szacuje się, że na 28% światowych gruntów rolnych uprawia się rośliny, które w wyniku niegospodarności zostaną zmarnowane.

Marnowanie żywności w rolnictwie oznacza też ogromne straty zasobów wody. Szacuje się, że około 25% zasobów wody pitnej zużywane jest do produkcji żywności, która nigdy nie zostanie zjedzona. Taka ilość wody mogłaby pokryć zapotrzebowanie na wodę wszystkich gospodarstw domowych na świecie.

Wreszcie marnowanie żywności wpływa na wzrost emisji CO<sub>2</sub> – zmarnowana żywność odpowiada już za 8% globalnej emisji gazów cieplarnianych. Gdyby zmarnowana żywność była krajem, odpowiadałaby za trzecią, po Chinach i Stanach Zjednoczonych, emisję CO<sub>2</sub> na świecie.

# Żywność

to substancje lub produkty przetworzone, częściowo przetworzone lub nieprzetworzone, przeznaczone do spożycia przez ludzi lub których spożycia przez ludzi można się spodziewać.



12

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności?



### Marnotrawstwo żywności

(ang. *food wastage*)

#### Marnotrawstwo żywności

(ang. *food wastage*)

to odrzucanie jej poza łańcuch rolno-żywnościowy ze względów gospodarczych, estetycznych lub z powodu zbliżającej się daty przydatności, mimo że nadal doskonale nadaje się ona do spożycia i może być przeznaczona do konsumpcji przez ludzi. Żywność tę z braku możliwego alternatywnego sposobu wykorzystania przekazuje się do likwidacji i utylizacji, co powoduje negatywne efekty zewnętrzne pod względem wpływu na środowisko, kosztów gospodarczych i braku dochodów dla przedsiębiorstw.

### Straty żywności

(ang. *food losses*)

#### Straty żywności

(ang. *food losses*)

występują głównie na początkowych etapach łańcucha żywnościowego – wynikają z niegospodarności, błędów i nieprawidłowości w przebiegu tych etapów – i powodują, że część jadalna żywności w ostateczności jest niedostępna do spożycia przez ludzi.

### Marnowanie żywności

(ang. *food waste*)

#### Marnowanie żywności

(ang. *food waste*)

jest w głównej mierze odzwierciedleniem zachowań konsumentów, często łączonych ze świadomymi decyzjami związanymi z wyrzucaniem produktów żywnościowych nadających się do spożycia.



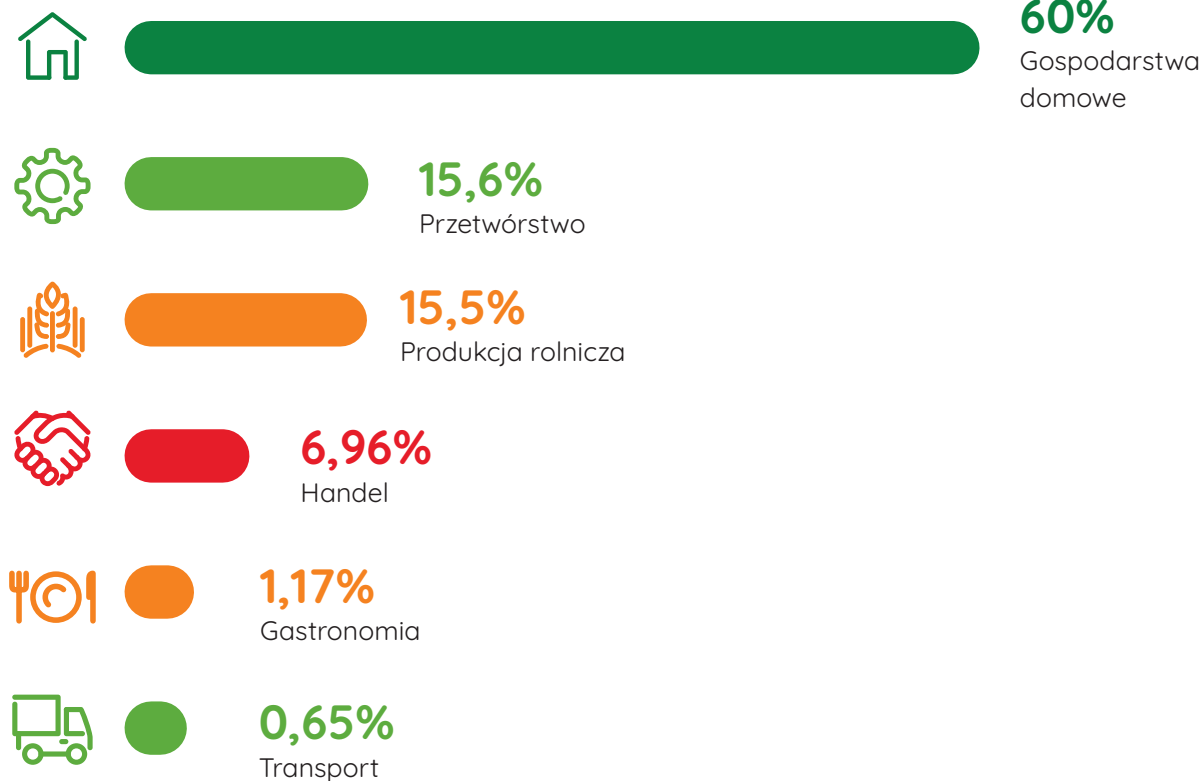
#### Zobacz źródło

IOŚ-PIB, *Straty i marnotrawstwo żywności w Polsce. Skala i przyczyny problemu. Monografia*, red. nauk. Sylwia Łaba, Warszawa 2020.



## Ile żywności marnujemy w Polsce?

# 4,8 mln ton rocznie



13

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

#### Czy wiesz, że...

Z danych statystycznych wynika,  
że w Polsce w skali roku każda rodzina  
wyrzuca jedzenie o wartości **2 tys. zł.**

#### Zobacz źródło

Wyniki badań IOŚ-PIB i SGGW w ramach  
projektu PROM, 2020 rok.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## 2. Marnowanie żywności – jakie są jego skutki dla biznesu?



14

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności?



#### dr Monika Zajkowska

Szkoła Główna Handlowa

Marnowanie żywności ma nie tylko ogromny wpływ na nasze środowisko, ale wpływa też negatywnie na prowadzenie biznesu. Jeśli przedsiębiorstwo wytwarza zbyt dużo odpadów, zwiększa to jego koszty i kształtuje wizerunek firmy obojętnej na kwestie zrównoważonego rozwoju i redukcji śladu węglowego. W rzeczywistości korzyści płynące z zero waste mogą popchnąć firmę w rozwoju, zapewniając liczne korzyści w porównaniu ze standardowymi modelami produkcji i konsumpcji.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

Marnowanie żywności jest problemem gospodarczym, zmarnowanie jedzenia oznacza po prostu marnowanie pieniędzy. Globalne roczne straty kosztów wynikające z marnotrawienia żywności to suma około 2,6 bln dolarów.

Spożywczy handel detaliczny nastawiony jest na uzupełnienie braków, a nie zarządzanie nadwyżkami w oferowanych produktach. Generowane straty mają swoje konsekwencje – to dodatkowe obowiązki, jakie zaczął nakładać na nas ustawodawca.

Dostrzegamy jednak nabierające tempa zmiany w obszarze przeciwdziałania marnowaniu żywności – głównie za sprawą rosnącej świadomości społeczności o topniejących zasobach naturalnych i zmianach klimatu, która przekłada się na świadomość konsumentów i ich nowe oczekiwania, zarówno jeśli chodzi o jakość proponowanych produktów, jak i konkretne zachowania po stronie detalistów. Klienci chcą kupować towary w sklepach, które są zaangażowane w redukcję strat żywności. Takie podejście zaczyna zmieniać biznes i przekłada się na nowe rozwiązania, które skutkują tworzeniem nowych koncepcji i modeli biznesowych. Okazuje się bowiem, że na żywności zagrożonej zmarnowaniem można też zyskać.



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

Widać kilka trendów, które mogą w perspektywie następnych kilku lat okazać się kluczowe w walce z redukcją strat. Przede wszystkim detaliści zaczynają coraz lepiej radzić sobie ze współpracą z dostawcami w tym obszarze. Brytyjska gorąca linia Tesco umożliwia dostawcom szybką komunikację i zgłaszanie wszelkich wahań w dostawach produktów. Tesco jest jednym z nielicznych na świecie detalistów, którzy na bieżąco zgłaszają marnowanie żywności. Holenderski Albert Heijn testuje cyfrowe rozwiązania pozwalające na automatyczne obniżanie cen produktów z bliskim terminem ważności. W obliczu zmieniającego się rynku – jego rosnącej cyfryzacji – bez problemu możemy sobie wyobrazić warstwowe modele konkurencyjne, gdzie ceny są w czasie rzeczywistym dostosowywane do popytu i tu kluczowa może okazać się obniżka cen produktów zagrożonych zmarnowaniem.

Dynamicznie rośnie również branża start-upów food-tech (np. [foodsip.l](http://foodsip.l), [MakeGrowLab](http://MakeGrowLab), [iXpos](http://iXpos), aplikacja [Grape](http://Grape)), które po cichu zmieniają wydajność tańcucha żywieniowego i wprowadzają zmiany w handlu detalicznym. Przekłada się to na rosnące inwestycje w takie firmy z branży spożywczej. Jedna czwarta wszystkich filantropijnych funduszy na marnotrawienie żywności w roku 2017 została przeznaczona na rozwiązania zapobiegające nadwyżce, w porównaniu z zaledwie 6% w 2016 roku. Darowizny dla fundacji zajmujących się marnowaniem żywności osiągnęły od stycznia do września 2016 roku 134 mln dolarów – w ciągu 5 lat wzrosły o 70%. Dotacje mają na celu zminimalizowanie nadwyżek żywności i finansowanie badań w tym obszarze.

### Zobacz źródło



ReFED, 2018 U.S., *Food Waste Investment Report. Trends in Private, Public, and Philanthropic Capital. Including a Special Report on Foundation Funding.*

# 3. Odpowiedzialny klient – o oczekiwaniach konsumentów



Na świecie i w Polsce zauważa się rosnącą świadomość kupujących, co przejawia się tym, że znaczenia nabiera zjawisko zrównoważonej konsumpcji, która jest interpretacją zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do produktów spożywczych. Przynosi ona konsumentom lepszą jakość życia, a jednocześnie odbywa się z poszanowaniem środowiska i potrzeb (także konsumpcyjnych) przyszłych pokoleń. To podejście zakłada racjonalizację konsumpcji oraz wykorzystywanie tego, co z niej zostanie, czyli recykling odpadów. Pojawia się też coraz więcej odpowiedzialnych klientów, dla których zrównoważona konsumpcja wyznacza rytm ich życia. Warto zauważyć, że już blisko 68% Polaków uważa się za odpowiedzialnych konsumentów\*, a 58% dostrzega nadmierną konsumpcję współczesnego świata\*\*.

Odpowiedzialna konsumpcja przekłada się na zachowania i decyzje zakupowe Polaków, którzy coraz częściej zwracają na te aspekty uwagę. Unikają produktów, które powodują szkody w środowisku (57% respondentów), kupują produkty od firm uważanych za społecznie odpowiedzialne (52%), sprawdzają, czy opakowania



16

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



### dr Ewa Jastrzębska

Szkoła Główna Handlowa

Pandemia COVID-19, która dotknęła klientów w wymiarze zdrowotnym i ekonomicznym, sprawiła, że zwrot ku zrównoważonej konsumpcji stał się obecnie wiodącym i utrwalającym się trendem. Kolejne badania dowodzą, że konsumenci stawiają bardziej na być – zdrowym, ekologicznym, oszczędnym – niż mieć, co jest wyrazem konsumpcjonizmu. Tacy kupujący poszukują nie tylko odpowiedzialnych produktów (zdrowych, organicznych, certyfikowanych, dobrej jakości, lokalnych, wielorazowych oraz naprawialnych, w opakowaniach zwrrotnych i przyjaznych środowisku), lecz także odpowiedzialnych marek i firm, które je oferują.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Zobacz źródło



\* *Czy Polacy są odpowiedzialnymi konsumentami?*  
badanie przeprowadzone  
w ramach projektu  
[nienieodpowiedzialni.pl](http://nienieodpowiedzialni.pl), 2017.

\*\* Badanie *Spółeczna odpowiedzialność konsumenta w dobie pandemii w Polsce i wybranych krajach UE. Implikacje dla biznesu*, zrealizowane przez ARC Rynek i Opinia dla Szkoły Głównej Handlowej, Katedry Badań Zachowań Konsumentów, październik 2020.

\*\*\* Raport z badania *Konsumenci a gospodarka obiegu zamkniętego*, ARC Rynek i Opinia, wrzesień 2019.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

i produkty poddają się recyklingowi (44%)\*\*, poszukują sklepów oferujących możliwość pakowania produktów spożywczych do własnych opakowań (36%)\*\*\*.

COVID-19 zachwiał gospodarką, ale jednocześnie wzmocnił zachowania skłaniające do racjonalności i gospodarności w codziennym życiu. Jeszcze kilka lat temu można się było zastanawiać nad tym, czy odpowiedzialni konsumenci trafią do naszego sklepu, dziś już wiadomo, że tak, ale tylko w sytuacji gdy zawartością naszych półek, jak i odpowiedzialnymi działaniami pokażemy im, że warto do nas przyjść.

Czym kieruje się odpowiedzialny konsument? Trzema zasadami racjonalności: ekonomicznej, społecznej i ekologicznej. Jego postawy zakupowe są skupione wokół braku marnotrawstwa – odpowiedzialny klient zawsze wybiera się na zakupy wyposażony w listę i po dokładnym przeglądzie swojej lodówki. Wybiera produkty ekologiczne i etyczne, zwracając uwagę zarówno na ich skład, pochodzenie, opakowanie, jak i to, czy np. dana marka wspiera działania społeczne. Ważny jest też dla niego tzw. polityczny konsumeryzm, który charakteryzuje się m.in. wybieraniem produktów od lokalnych dostawców oraz patriotyzmem gospodarczym, czyli wybieraniem produktów polskich. Warto więc nie tylko poszerzać asortyment naszego sklepu o produkty z półki eko, ale również pokazać naszą odpowiedzialność społeczną, także w obszarze ograniczania marnowania żywności.



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Zobacz źródło

\* ARC Rynek i Opinia, *Konsumenci lepiej oceniają firmy zaangażowane społecznie*, 10.06.2020.

Havas, *Meaningful Shift. Jak przeprowadzić markę przez czas kryzysu?*, 2020.

Inquiry Market Research, *Zrównoważony rozwój w handlu i zachowania konsumenckie. Raport z badania ilościowego*, 2021.



### Ważne!

#### 59% Polaków

Coraz więcej konsumentów dba o odpowiedzialne zakupy i zwraca uwagę, czy sklep, w którym kupują, nie marnuje żywności.

#### 74% Polaków

Duża część uważa też, że firmy powinny wdrażać zasady zrównoważonego rozwoju.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

Odpowiedzialni konsumenci stronią też od produktów jednorazowego użytku, np. toreb – warto więc proponować im wielorazowe zamienniki. Chętnie dzielą się tym, co mają w nadmiarze, kupują rzeczy używane, wypożyczają produkty i wymieniają się nimi. To wszystko tworzy przestrzeń, w której może aktywnie działać lokalny sklep.

Działania na rzecz społeczeństwa i środowiska w oczywisty sposób wspierają wartość działalności biznesowej. Jeszcze kilka lat temu można było powiedzieć, że działania w tym obszarze są wyrazem większej świadomości i dobrej woli samego Przedsiębiorcy. Obecnie nie ma wyboru: biznes ma być odpowiedzialny – oczekują i wymagają tego konsumenci, a działania z obszaru CSR (ang. *Corporate Social Responsibility*) są coraz bardziej powszechne. Badania wskazują, że 59% Polaków lepiej ocenia firmy dbające o środowisko, a 57% z nich wyżej ceni firmy zaangażowane w wydarzenia społeczne. Co więcej – 67% oczekuje od Przedsiębiorców zaangażowania w rozwój lokalnych społeczności\*. Jest to doskonała przestrzeń do komunikacji i współpracy z klientami, także w temacie niemarnowania żywności.

Należy również zauważyć, że powyższe kwestie łączą się ze zmianami nawyków żywieniowych konsumentów. Jeszcze kilka lat temu weganie wzbudzali ogólne zaciekawienie, dziś nikogo nie dziwi, gdy ktoś deklaruje, że to jego sposób żywienia, a oznaczanie kosmetyków jako wegańskie jest powszechnie spotykane. Przygotowaliśmy dla Ciebie krótki słowniczek z tej dziedziny, znajdziesz go [tutaj](#).

## 4. Grupa Eurocash - jej działania w obszarze niemarnowania żywności



19

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



#### Marta Kukowska

Kierownik ds. CSR  
Grupa Eurocash

Podejmując działania związane z ograniczeniem i przeciwdziałaniem marnowaniu żywności, możemy jednocześnie budować większą świadomość społeczną i ekologiczną zarówno współpracujących z Grupą Eurocash Przedsiębiorców, jak i pracowników naszej firmy.

To doskonały przykład na to, jak temat związany bezpośrednio z prowadzeniem biznesu w branży FMCG może wpływać i kształtować nasze codzienne zachowania oraz uwrażliwiać nas na problemy społeczne. Ponadto cieszy nas fakt, że możemy zaprezentować kompleksowo przygotowane materiały, które mamy nadzieję, zainspirują i wesprą w działaniach naszych Klientów i pracowników.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

Grupa Eurocash jest liderem hurtowej dystrybucji towarów FMCG w Polsce. Działania zmierzające do redukcji marnowanej żywności są więc wpisane zarówno w naszą działalność biznesową, jak i odpowiedzialność społeczną. Program Nie marnujemy! realizuje strategiczną ambicję ograniczania tego zjawiska, a od 2019 roku jest wpisany w naszą Strategię zrównoważonego rozwoju Grupy Eurocash 2020+.

Od roku 2020 wdrażamy kompleksowe rozwiązania w kierunku kluczowego dla nas ograniczania marnowania żywności w całym łańcuchu logistycznym. Do tej pory nasze działania skupiały się na dokładnej identyfikacji, gdzie dochodzi do marnowania produktów, po to, by skutecznie zarządzać całym procesem. W tej chwili wolumen strat w produktach w stosunku do wolumenu produktów sprzedanych wynosi 0,40% (stan na 30 września 2021 roku).

Grupa podejmuje szereg działań, które dążą do ograniczania marnowania żywności. Bardzo istotnym aspektem jest tutaj budowanie świadomości naszych pracowników i Klientów oraz wyposażanie ich w narzędzia, dzięki którym będą mogli na swoim stanowisku pracy zadbać o redukcję strat. Taką funkcję pełni właśnie nasz podręcznik oraz kampania społeczna „Szanujemy, nie marnujemy!”.



# Kampania „Szanujemy, nie marnujemy!”



20

**Część I  
Wprowadzenie**  
Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?





# Kampania „Szanujemy, nie marnujemy!”

Plakaty dla sklepów poszczególnych sieci



21

**Część I  
Wprowadzenie**  
Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



Przykłady innych materiałów przygotowanych przez sieć na potrzeby kampanii możesz zobaczyć w [dodatkach](#).

# Działania uzupełniające wiadomości z podręcznika



22

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności?



### Agata Wrzecionowska-Dzierba

Menadżer Akademii Umiejętności Eurocash

Akademia Umiejętności Eurocash już od 11 lat w kompleksowy sposób wspiera Przedsiębiorców w edukacji i rozwoju. Nasza oferta jest zawsze dopasowana do potrzeb Przedsiębiorców i zmieniającego się dynamicznie rynku. Wiemy, że zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem nabierają znaczenia w biznesie, w tym w branży handlowej. Dlatego wychodząc na przeciw oczekiwaniom Przedsiębiorców na jesieni 2019 roku zaproponowaliśmy im odpowiedzialną ścieżkę edukacyjną, w której przez rok wzięto udział już blisko 3 tys. osób.



### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i pracownika



Cykl webinarów dla Przedsiębiorców poświęcony tematyce niemarnowania żywności.

Nagrania dostępne na stronie [akademiaeurocash.com.pl](http://akademiaeurocash.com.pl).

Seria artykułów na [blogu](#) Grupy Eurocash.



Konferencja z okazji Światowego Dnia Żywności poświęcona problemowi marnowania żywności. Nagranie dostępne na stronie [akademiaeurocash.com.pl](http://akademiaeurocash.com.pl).





## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Zobacz źródło



Grupa Eurocash, *Raport wpływu Grupy Eurocash na rozwój przedsiębiorczości jej Klientów za 2020 rok*.

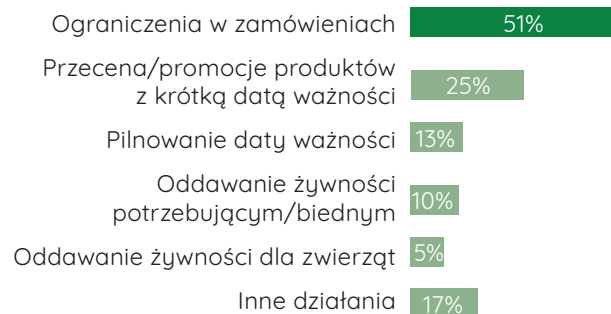
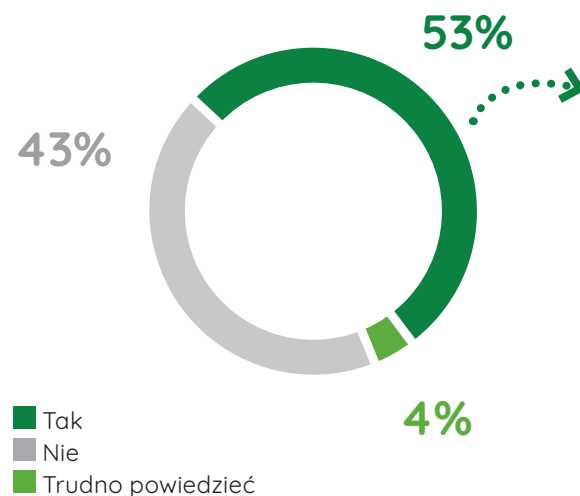
### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Przedsiębiorcy a niemarnowanie żywności

Wiemy, że działania zmierzające do ograniczenia marnowania żywności są również ważne dla współpracujących z naszą firmą Przedsiębiorców. W 2020 roku aż 53% z nich podjęło takie działania.

## Podjęcie działań zmierzających do ograniczenia marnowania żywności wśród Przedsiębiorców współpracujących z Grupą Eurocash



Zauważamy, że coraz lepiej zarządzają tym obszarem m.in. poprzez ograniczanie – czyli lepsze planowanie – zamówień oraz stały monitoring już zamówionych towarów. Współpracują również z organizacjami pozarządowymi.





## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

Umożliwiamy Przedsiębiorcom bieżący dostęp do oferty edukacyjnej związanej z tym obszarem. Również wewnątrz firmy prowadzimy szkolenia i kampanie edukacyjne skierowane do wszystkich pracowników naszej Grupy.

Nieprzerwanie rozwijamy też naszą współpracę z organizacjami pozarządowymi w zakresie przekazywania żywności osobom potrzebującym. Łącznie do 30 września 2021 roku Grupa Eurocash przekazała 205 889,38 kg\* (w 2020 roku – 191 327,34 kg\*). Więcej na ten temat przeczytasz w II części podręcznika w [rozdziale 8. Z Szacunku dla osób potrzebujących – współpraca z organizacjami pozarządowymi](#).



\* Produkty te nie pochodzą ze zbiorów żywności.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

# 5. Prawo a problem marnowania żywności.

## Wytyczne ustawy\* i obowiązki Przedsiębiorcy



Prawo europejskie oraz prawo polskie regulują problem marnowania żywności. Prawo europejskie nakłada na kraje Unii Europejskiej obowiązek podjęcia kroków zmierzających do stopniowego ograniczania zjawiska marnowania żywności. W konsekwencji państwa członkowskie wprowadzają coraz więcej regulacji dotyczących obowiązków poszczególnych podmiotów odpowiedzialnych za marnowanie żywności na różnych etapach jej powstawania, przetwarzania, dystrybuowania i konsumpcji. W niektórych krajach przepisy dotyczą już nie tylko Przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą żywności, lecz również innych instytucji, takich jak publiczne stołówki czy jadłodajnie.

Od 2019 roku również w Polsce obowiązuje ustawa o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności, jej pełny tekst można znaleźć [tutaj](#). Ustawa weszła w życie 18 września 2019 roku.

W czasie 2 pierwszych lat obowiązywania ustawy zawarte w niej obowiązki dotyczyły tylko jednostek handlu o powierzchni sprzedaży przekraczającej 400 m<sup>2</sup>.

**Od 19 września 2021 roku** obowiązki te dotyczą również mniejszych sklepów, czyli takich, których powierzchnia sprzedaży wynosi **powyżej 250 m<sup>2</sup>**.

25

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć o marnowaniu żywności?



#### Agata Klima-Nowak

Adwokat

Autorka bloga

[prawodlaprzedsiebiorczych.pl](http://prawodlaprzedsiebiorczych.pl)

Ustawodawca powierzył Przedsiębiorcom bardzo ważną misję. Mają oni ograniczać marnowanie żywności w swoich sklepach i hurtowniach oraz wspierać tym organizacje pozarządowe w ich działaniach na rzecz lokalnej społeczności, a ponadto edukować swoich klientów, aby i oni podjęli kroki do pełnego wykorzystania kupowanego jedzenia. Wiąże się to z dodatkowymi obowiązkami, jednak cel, jakim jest ograniczenie marnowania żywności, wart jest tego wysiłku.

\* Rozdział prezentuje stan prawny na dzień 21 października 2021 roku.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i pracownika



## Co należy wiedzieć o ustawie?

Zanim przejdziemy do omówienia zapisów ustawy i kogo ona dotyczy, zapoznaj się z ważnymi definicjami:

Co to jest żywność i marnowanie żywności?

**Żywność** to substancje lub produkty przeznaczone do spożycia przez ludzi lub których spożycia przez ludzi można się spodziewać. Mogą być one przetworzone, częściowo przetworzone bądź nieprzetworzone. Do żywności wlicza się alkohol, ale nie może być on przekazywany organizacjom pozarządowym.

**Marnowanie żywności** to wycofywanie z etapu dystrybucji żywności (która spełnia wymogi prawa żywnościowego) i przeznaczanie jej do zniszczenia jako odpady. Do wycofania żywności z dystrybucji dochodzi w szczególności ze względu na zbliżający się upływ terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości, wady wyglądu tych środków spożywczych bądź ich opakowań.





**Sprzedawca żywności** to podmiot prowadzący przedsiębiorstwo spożywcze (czyli przedsiębiorstwo prowadzące działalność w zakresie sprzedaży żywności) w jednostce handlu detalicznego lub hurtowego (czyli w sklepie bądź hurtowni), która ma powierzchnię sprzedaży powyżej 250 m<sup>2</sup>. Jednocześnie przychody tego przedsiębiorstwa ze sprzedaży żywności stanowią co najmniej 50% przychodów ze sprzedaży wszystkich towarów.

**Powierzchnia sprzedaży** to część ogólnodostępnej powierzchni obiektu handlowego, przeznaczony do sprzedaży detalicznej, w której odbywa się bezpośrednia sprzedaż towarów.

**Do powierzchni sprzedaży nie wliczamy:**

1. powierzchni gastronomii,
2. powierzchni, na której świadczone są usługi (np. szewc czy dorabianie kluczy),
3. powierzchni pomocniczej, takiej jak magazyny, biura, korytarze i przedsionki czy ekspozycja wystawowa,
4. powierzchni, która nie jest ogólnodostępna (na przykład zamknięte stoisko mięsne lub z alkoholem, gdzie towar podaje sprzedawca przez ladę).

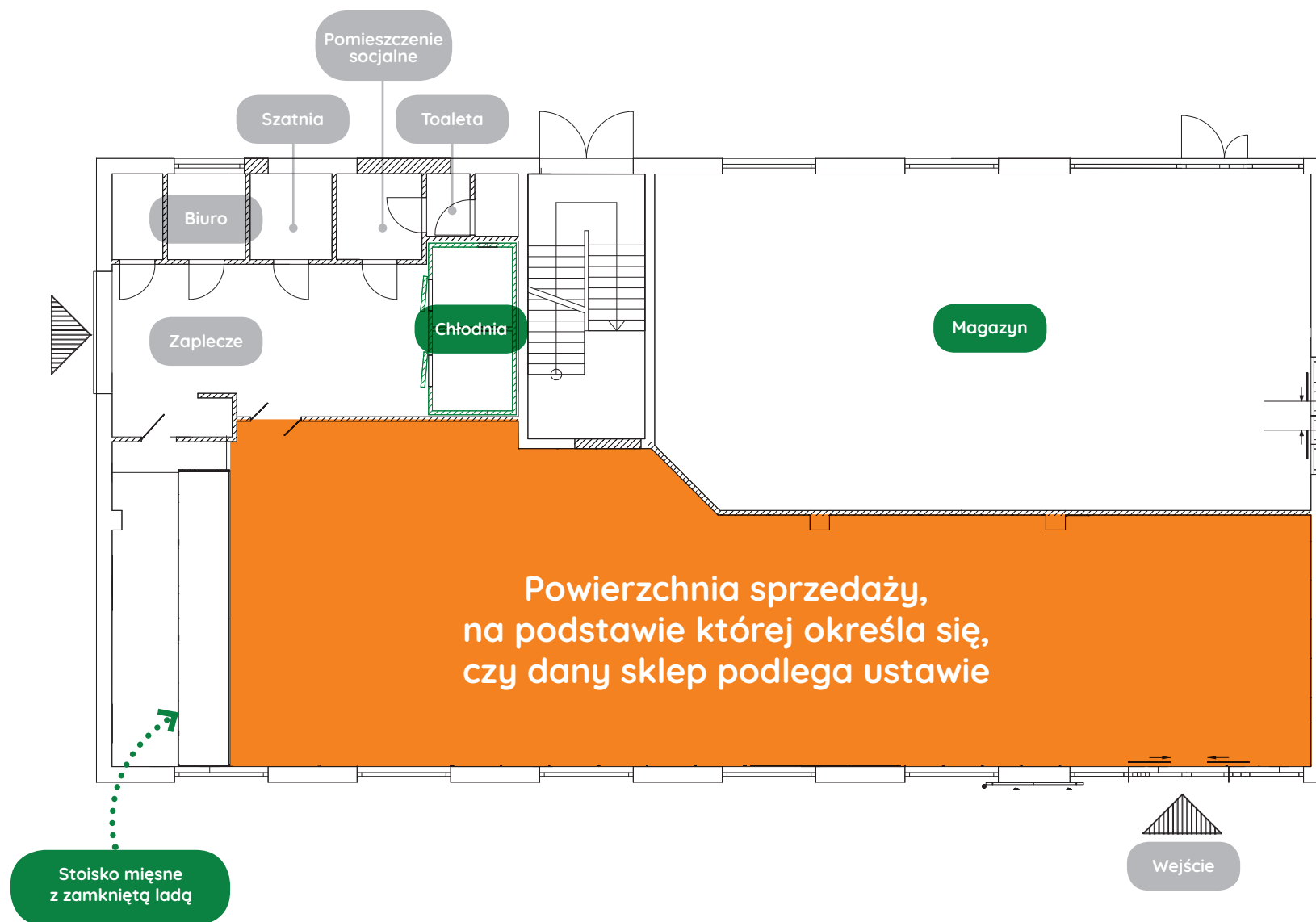
# Jak prawidłowo określić powierzchnię sprzedaży?



28

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?





# Sprawdź, czy podlegasz ustawie?



29

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



1. Czy powierzchnia  
sprzedaży Twojego sklepu  
przekracza 250 m<sup>2</sup>?

**Tak**  
(jest większa  
niż 250 m<sup>2</sup>)



2. Czy na podstawie dokumentów  
księgowych można stwierdzić,  
że co najmniej 50% przychodu  
ze sprzedaży towarów  
w Twoim sklepie pochodzi  
ze sprzedaży żywności?

**Tak**

**Jesteś  
sprzedawcą żywności  
w rozumieniu ustawy  
i od 19 września 2021 roku  
obowiązują Cię wszystkie  
opisane w niej wymogi**

**Nie**  
(jest równa  
lub mniejsza)

**Nie podlegasz  
ustawie**

**Nie**

### Uwaga!

Ponieważ napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 1,2% oraz napojów alkoholowych będących mieszaniną piwa i napojów bezalkoholowych, w których zawartość alkoholu przekracza 0,5% nie można przekazywać organizacji pozarządowej, przychód z ich sprzedaży nie jest uwzględniany przy ustalaniu przychodu ze sprzedaży żywności.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Obowiązki Przedsiębiorcy wynikające z ustawy

Jakie wymogi na Ciebie (jako Przedsiębiorcę sprzedającego żywność) nakłada ustawa?

- **Zawarcie umowy z organizacją pozarządową** o przekazywanie jej żywności (w celu dalszego wykorzystania tej żywności, zanim stanie się ona niezdatna do spożycia).
- **Prowadzenie kampanii edukacyjno-informacyjnych** w jednostce handlu (czyli w sklepie lub hurtowni).
- **Raportowanie** – przygotowywanie raz w roku i przesłanie sprawozdania o ilości marnowanej żywności.
- **Obowiązek uiszczenia opłaty** wynikającej z ilości zmarnowanej żywności.
- **Informowanie** o wysokości należnej opłaty lub o wartości przekazanej żywności w swoim sprawozdaniu finansowym oraz na stronie internetowej sklepu (jeśli sklep ma stronę www).

Obowiązki te wpisują się w codzienną działalność każdego świadomego i odpowiedzialnego społecznie Przedsiębiorcy, który dba o redukcję ilości marnowanej żywności, współpracę z organizacjami pożytku publicznego oraz rozumie potrzebę akcji związanych z edukacją konsumentów. To ważne działania, które dodatkowo wspierają Przedsiębiorcę w budowaniu przez niego wizerunku odpowiedzialnego sklepu.



## Obowiązek zawarcia umowy z organizacją pozarządową

Jako sprzedawca żywności jesteś zobowiązany do zawarcia umowy z organizacją pozarządową. Ma ona dotyczyć nieodpłatnego przekazywania żywności, która spełnia wymogi prawa żywnościowego, a nie jest już przeznaczona do sprzedaży. Organizacja, z którą podpiszesz umowę, jest zobowiązana do przeznaczenia tej żywności na realizację swoich zadań statutowych. Należy przy tym zaznaczyć, że nawet jeśli nie spełniasz kryterium ustawowego i ostatecznie ustawa Cię nie obejmuje, to i tak warto nawiązać współpracę z organizacją pozarządową.

Umowę taką możesz zawrzeć z organizacją pozarządową, o której mowa w ustawie o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (tekst ustawy znajdziesz [tutaj](#)).

Celem statutowym organizacji musi być wykonywanie zadań w zakresie:

- a) pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób,
- b) wspierania rodziny i systemu pieczy zastępczej,
- c) działalności charytatywnej, polegającej w szczególności na przekazywaniu żywności osobom potrzebującym lub prowadzeniu zakładów żywienia zbiorowego dla osób potrzebujących.



Przygotowaliśmy dla Ciebie wzór takiej umowy.



**Pobierz wzór umowy**



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

Jeśli w danym powiecie działa więcej niż jedna taka organizacja, możesz sam zdecydować, z którą z nich zawrzesz umowę. Możesz podpisać umowy z kilkoma takimi organizacjami (także spoza powiatu, w którym jest Twój sklep). Jest to o tyle dobre rozwiązanie, że jedna organizacja może nie mieć możliwości odebrania od Ciebie całej zaoferowanej żywności, np. ze względu na zbyt małą skalę swojej działalności.

### Jaką żywność przekazujemy?

Żywność spełniającą wymogi prawa żywnościowego, ale taką, której nie mamy możliwości sprzedać w terminie jej przydatności. Nie może to być więc żywność przeterminowana! Mogą natomiast występować wady w jej wyglądzie (np. połamane wafle lub ciastka) albo opakowaniu (np. pogniecione pudełka). Więcej o tym [tutaj](#).

**Z punktu widzenia Przedsiębiorcy nie ma znaczenia, w jaki sposób organizacja pozarządowa wykorzysta przekazaną żywność (czy zostanie ona rozdana potrzebującym, wykorzystana w placówce prowadzonej przez tę organizację, czy też sprzedana w sklepie socjalnym).**



### Sklep socjalny lub charytatywny

(ang. *charity shop*) – obiekt handlowy prowadzony przez organizację dobroczynną, wspierającą osoby w potrzebie.



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Jak zawrzeć umowę?

Umowa z organizacją pozarządową musi być zawarta w formie pisemnej lub elektronicznej. Do zachowania pisemnej formy wystarcza złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść umowy, a do zachowania formy elektronicznej wystarcza złożenie oświadczenia woli w postaci elektronicznej i podpisanie go kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Umowa zawarta w innej formie nie będzie obowiązywać.

### Co powinna zawierać umowa?

Ustawa określa, co powinno zostać uregulowane w umowie:

1. czas i sposób przekazywania żywności organizacji pozarządowej oraz rodzaj przekazywanej żywności;
2. podział kosztów odbioru i dystrybucji żywności pomiędzy stronami umowy;
3. wyszczególnienie przypadków, w których organizacja pozarządowa może zrezygnować lub odmówić odbioru żywności, np. gdy organizacja nie jest w stanie rozdysponować zbyt dużej ilości żywności;
4. okres obowiązywania umowy oraz odpowiedzialności stron za niedotrzymanie warunków umowy, w tym warunków wypowiedzenia.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

Ponadto w umowie warto zawrzeć jeszcze inne postanowienia: jakie warunki musi spełniać przekazywana żywność, sposób komunikacji pomiędzy sprzedawcą a organizacją, wskazanie osób do kontaktu po obu stronach umowy, treść protokołu przekazania żywności czy zasady organizowania kampanii edukacyjno-informacyjnych.

### Pamiętaj!

W przypadku wypowiedzenia umowy jako sprzedawca żywności musisz zawrzeć nową umowę najpóźniej w terminie 14 dni od dnia rozwiązania poprzedniej, chyba że obowiązują Cię jeszcze umowy z innymi organizacjami.

### Co jeśli nie zawrzesz umowy z organizacją pozarządową?

Sprzedawca żywności, który nie zawrze z organizacją pozarządową umowy dotyczącej nieodpłatnego przekazywania żywności, podlega karze pieniężnej w wysokości 5000 zł. Kary tej nie nakłada się jednak, jeśli sprzedawca żywności wykáže, że nie było możliwe zawarcie umowy dotyczącej nieodpłatnego przekazywania żywności z organizacją pozarządową wykonującą zadania na terenie powiatu, w którym prowadzi on działalność w zakresie sprzedaży żywności.

Jeśli zatem wykazesz, że na terenie powiatu, w którym działa Twój sklep, nie ma żadnej organizacji spełniającej kryteria ustawowe, kara nie zostanie na Ciebie nałożona.



Jeśli nie zawrzesz umowy z organizacją pozarządową, grozi Ci kara **5000 zł**.



## Co zrobić, żeby znaleźć i wybrać organizację pozarządową, której możesz zaufać?

Poszukaj w swojej okolicy organizacji pozarządowej, której chcesz pomóc, przekazując jej żywność ze swojego sklepu (nie musi ona działać na terenie Twojego powiatu). Koniecznie sprawdź, czy wybrana przez Ciebie organizacja spełnia kryteria ustawowe, o których pisaliśmy [tutaj](#). Możesz wybrać jedną lub kilka organizacji.

Żeby rozpocząć współpracę, musisz uzgodnić z organizacją pozarządową warunki współpracy i zawrzeć z nią umowę dotyczącą nieodpłatnego przekazywania żywności.

## Realizacja umowy - przekazywanie żywności w praktyce

Przy realizowaniu umowy powinieneś pamiętać o kilku ważnych rzeczach:

1. Na bieżąco weryfikuj produkty spożywcze pod kątem możliwości do przekazania ich organizacji.
2. Podczas weryfikacji wydzielaj artykuły spożywcze bliskie końca terminu przydatności do spożycia, pamiętając, że produkty te muszą mieć przy przekazaniu co najmniej dwudniowy termin przydatności do spożycia (liczony w dniu odbioru) bądź krótszy po wcześniejszych ustaleniach.
3. Poinformuj wybraną przez siebie organizację o rodzaju i ilości żywności do odbioru, a następnie ustal z nią termin odbioru.



Jeśli nie znasz żadnej organizacji pozarządowej, możesz skorzystać ze specjalnej wyszukiwarki (znajdziesz ją [tutaj](#)).



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



Przygotowaliśmy dla Ciebie  
wzór protokołu przekazania żywności



**Pobierz wzór protokołu**



Pamiętaj, że na protokole przekazania  
muszą być podpisy obu stron umowy.



Wykaz dołączony do protokołu  
powinien zawierać:

- nazwę towaru,
- nr indeksu,
- ilość lub liczbę (kg lub szt.),
- wagę netto (kg),
- wartość (zł).

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

4. Po pojawieniu się przedstawiciela OPP sprawdź, czy ma on ze sobą identyfikator lub pełnomocnictwo.
5. Razem sprawdźcie przygotowany wcześniej towar (ilość, jakość).
6. Przesuń towar w systemie sklepu i sporządź dokument likwidacji.
7. Sporządź protokół przekazania żywności wraz z pełnym jej wykazem w 2 kopiach (wzór znajdziesz [tutaj](#)).
8. Zarchiwizuj wszystkie dokumenty.

### Jaką żywność możesz przekazać organizacji pożytku publicznego?

- bliską końca terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości (uwaga! co najmniej 2 dni w dniu odbioru – krótszy termin należy ustalić każdorazowo z organizacją),
- z wadą wyglądu (w tym także opakowań), przy zachowaniu bezpieczeństwa produktu,
- wycofaną z etapu dystrybucji, ale bezpieczną, która została by przeznaczona do unieszkodliwienia jako odpad.

### Czy można przekazywać produkty świeże?

Możesz przekazywać produkty świeże, gdy są one:

- całe,
- zdrowe – nie dopuszcza się przekazywania produktów gnijących lub z objawami zepsucia (ponieważ czynią je one niezdatnymi do spożycia),





## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



### Nie przekazujemy!

- **napojów alkoholowych** o zawartości alkoholu powyżej 1,2% oraz napojów alkoholowych będących mieszaniną piwa i napojów bezalkoholowych, w których zawartość alkoholu przekracza 0,5%
- **artykułów tytoniowych**
- **artykułów z uszkodzonymi opakowaniami** jednostkowymi (tzn. pierwotnymi, mającymi bezpośredni kontakt z produktem), gdzie zawartość opakowania jest narażona na bezpośredni wpływ/zanieczyszczenie środowiska zewnętrznego (np. cukier, kasza, ryż w woreczkach),
- **produktów przeterminowanych,**
- **żywności zepsutej.**

- czyste, praktycznie wolne od jakichkolwiek widocznych substancji obcych,
- wolne od szkodników,
- wolne od uszkodzeń miąższu spowodowanych przez szkodniki,
- wolne od nadmiernego zawilgocenia zewnętrznego,
- wolne od jakichkolwiek obcych zapachów lub smaków.

Realizacja umowy wymaga dokumentowania ilości przekazywanej żywności oraz kosztów jej przekazywania. Dokumentujesz nie tylko ilość przekazanej żywności ogółem, ale również to, ile żywności trafiło do poszczególnych organizacji (jeśli zawarłeś umowę z więcej niż jedną).

Przeczytaj [tutaj](#), jak wygląda taka współpraca z punktu widzenia organizacji pozarządowej.

### Ważne!

**Organizacja może odmówić odbioru żywności. Jeśli dojdzie ostatecznie do przeterminowania produktu, obowiązek uiszczenia opłaty za zmarnowanie spoczywa na sprzedawcy.**



### Przekazywanie żywności organizacji pozarządowej a podatki

Bardzo istotną kwestią dla Przedsiębiorców jest też fakt, że koszty zakupu żywności przekazywanej następnie organizacji stanowią – zgodnie z ustawami o podatku dochodowym – koszt uzyskania przychodu, a zatem pomniejszają podatek dochodowy, który trzeba zapłacić organom podatkowym. Mówi o tym art. 23 ust. 1 pkt 11 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych oraz art. 16 ust. 1 pkt 14 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych.

Inną ważną kwestią jest to, że przekazanie żywności organizacji pozarządowej jest zwolnione z podatku od towarów i usług (VAT). Mówi o tym art. 43 ust. 1 pkt 16 ustawy o podatku od towarów i usług.

Protokół przekazania żywności stanowi potwierdzenie bezpłatnego przekazania towarów, czyli darowizny.



Pamiętaj, że darowizna na rzecz organizacji pożytku publicznego jest zwolniona z VAT. Darczyńca bowiem zachowuje prawo do odliczenia VAT od dochodu – łącznie do wysokości nieprzekraczającej 10% dochodu lub zaliczenia do kosztów uzyskania przychodu.



## Obowiązek organizowania kampanii edukacyjno-informacyjnych

Ustawa zobowiązuje Cię nie tylko do minimalizowania marnotrawstwa we własnym zakresie, lecz również do podejmowania prób oddziaływania na konsumentów, którzy są odpowiedzialni w Polsce za marnowanie największej ilości żywności.

Raz w roku – przez co najmniej 2 kolejne tygodnie – jesteś zobowiązany do prowadzenia w swoim sklepie lub hurtowni kampanii edukacyjno-informacyjnych w zakresie racjonalnego gospodarowania żywnością oraz przeciwdziałania marnowaniu żywności. Celem kampanii jest uświadamianie konsumentów, edukowanie ich oraz promowanie właściwych postaw w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności. Kampanie powinny być prowadzone we współpracy z organizacją pozarządową, z którą zawarłeś umowę o nieodpłatne przekazywanie żywności. Ich zakres i kształt warto określić wcześniej w umowie zawieranej z taką organizacją.

Prowadzone akcje mogą obejmować różne działania, np.:

- wywieszenie w sklepie lub hurtowni plakatów,
- emitowanie z głośników nagrań zawierających odpowiednie treści edukacyjne,
- organizowanie konkursów (z zachowaniem wymogów określonych w ustawie o grach hazardowych)
- inne formy przekazu.

Fakt zorganizowania kampanii oraz jej koszty warto udokumentować.

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



#### Magdalena Masiak

Koordynatorka programu Spizarnia Caritas

W 2020 roku po raz pierwszy ruszyły wspólne kampanie edukacyjne Grupy Eurocash i Caritas Polska, które uwrażliwiały konsumentów na problem marnowania żywności oraz pokazywały związek pomiędzy ich codziennymi wyborami a wpływem na środowisko. Były też okazją do zaprezentowania naszej współpracy w programie Spizarnia Caritas. Polega on na przekazywaniu pełnowartościowych produktów żywnościowych wycofanych ze sprzedaży. W ten sposób z jednej strony pomagamy innym, a z drugiej dbamy o nasze środowisko. Żywność w postaci paczek lub posiłków trafia do najbardziej potrzebujących dzięki wolontariuszom Caritas, którzy dostarczają ją w ramach codziennych odbiorów ze sklepów oraz działają podczas organizowanych zbiórek Tak. Pomagam!

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



40

## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?



Na bieżąco rejestruj ilość żywności przekazanej organizacjom pozarządowym oraz żywności przeznaczonej do zniszczenia jako odpady – zbieraj te dane w formie pliku w komputerze lub na piśmie.



Ważne! Do **31 marca**  
– termin złożenia sprawozdania



Formularz sprawozdania o marnowanej żywności jest umieszczony w dodatkach, można go też pobrać tutaj:



Pobierz formularz w pliku pdf



Pobierz formularz w pliku Word

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Obowiązek raportowania

### Sprawozdanie o marnowanej żywności

Kolejnym Twoim obowiązkiem jest coroczne sporządzenie raportu dotyczącego ilości zmarnowanej żywności. Sprawozdanie o marnowanej żywności należy złożyć Wojewódzkiemu Funduszowi Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej na terenie województwa, w którym prowadzisz działalność w zakresie sprzedaży żywności – czyli tam, gdzie znajduje się Twój sklep lub hurtownia (ich listę znajdziesz w dodatkach do niniejszej publikacji). Sprawozdanie musi mieć formę pisemną według wzoru ustalonego przez Ministra Klimatu i Środowiska. Możesz je złożyć osobiście lub wysłać pocztą.

Sprawozdanie zawiera dane o całkowitej masie marnowanej żywności w danym roku oraz o wysokości należnej opłaty. Dokument trzeba złożyć do 31 marca roku kalendarzowego następującego po roku, którego dotyczy sprawozdanie, czyli np. do 31 marca 2022 roku za rok 2021. Pamiętaj o tym, że sprawozdanie przygotowuje się na podstawie posiadanych dokumentów i danych, a to z kolei oznacza, że musisz na bieżąco rejestrować ilość żywności przekazywanej organizacji pozarządowej oraz ilość żywności przeznaczonej do zniszczenia jako odpady.

Sprawozdanie jest ważne również dlatego, że wylicza się w nim opłatę za marnowanie żywności, którą będziesz musiał zapłacić.



## Opłata za marnowanie żywności

To nowy obowiązek finansowy nakładany na sprzedawców żywności.

### Jak się ją oblicza?

Oblicza się ją jako iloczyn stawki opłaty i masy marnowanej żywności. Podstawę do wyliczenia opłaty stanowi 90% masy marnowanej żywności w kilogramach. Stawka opłaty wynosi 0,1 zł za 1 kg marnowanej żywności. Tak obliczoną kwotę pomniejsza się o koszty poniesione przez sprzedawcę żywności na prowadzone kampanie edukacyjno-informacyjne oraz o koszty wykonania umowy z organizacją pozarządową (np. na transport przekazywanej organizacji żywności czy jej dystrybucji).



Przykłady obliczania opłaty znajdziesz w dotatkach.

## Żeby obliczyć opłatę, należy wykonać następujące działania:



42

### Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

1. Zsumować masę zmarnowanej żywności (przeznaczonej do zniszczenia jako odpad i nieprzekazanej organizacji pozarządowej) za cały rok, którego dotyczy sprawozdanie.

kg

x 0,9

2. Pomnożyć uzyskaną masę przez 0,9.

3. Uzyskaną masę pomnożyć przez 0,10 zł/kg.

x 0,10 zł/kg



Tak obliczona kwota stanowi należną opłatę za marnowanie żywności.



4. Od otrzymanej sumy w złotówkach odjąć koszty kampanii edukacyjno-informacyjnej oraz koszty wykonania umowy z organizacją pozarządową.

$$\left( \begin{array}{c} \text{masa} \\ \text{zmarnowanej} \\ \text{żywności} \end{array} \right) \text{ kg} \times 0,9 \times 0,10 \text{ zł/kg} - \left( \begin{array}{c} \text{koszty} \\ \text{kampanii} \end{array} \right) \text{ zł} - \left( \begin{array}{c} \text{koszty} \\ \text{umowy} \end{array} \right) \text{ zł} = \text{Opłata zł}$$



Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Część I Wprowadzenie

Co powinieneś wiedzieć  
o marnowaniu żywności?

### Kiedy wylicza się opłatę?

Trzeba to zrobić na koniec roku kalendarzowego.

Jako sprzedawca żywności musisz we własnym zakresie ustalić jej wysokość i wnieść ją na rachunek bankowy organizacji pozarządowej, z którą zawarłeś umowę.

Przekazanie obliczonej (i ujętej w sprawozdaniu) kwoty musi nastąpić do 30 kwietnia roku kalendarzowego następującego po roku, którego opłata dotyczy, czyli np. do 30 kwietnia 2022 roku wnosimy opłatę za rok 2021. Jest to kolejny termin, który należy wpisać do kalendarza.

Jeżeli zawarłeś umowę z więcej niż jedną organizacją pozarządową, opłatę dzielisz między je wszystkie proporcjonalnie do ilości odebranej przez nie od Ciebie żywności. Jeśli żadnej z organizacji pozarządowych, z którymi zawarłeś umowę, nie przekazałeś żywności, to każdej z nich przekazujesz opłatę w równych częściach.

W przypadku gdy nie zawarłeś umowy z żadną organizacją, opłatę przekazujesz na rachunek bankowy Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej na terenie województwa, w którym znajduje się siedziba Twojej firmy (czyli niekoniecznie tam, gdzie znajduje się sklep, lecz tam, gdzie zarejestrowana jest Twoja działalność, ponieważ przedsiębiorca zarejestrowany np. w Warszawie może prowadzić sklepy w wielu miejscach w Polsce).

**Jeśli wysokość całej opłaty nie przekracza 300 zł, nie trzeba jej uiszczać.**



Ważne! **30 kwietnia**  
– termin przekazania opłaty.



Listę Wojewódzkich Funduszy  
Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej  
znajdziesz w [dodatkach](#).



## Co grozi za niezłożenie sprawozdania lub nieuiszczenie opłaty?

Grzywna która jest orzekana w trybie przepisów ustawy Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia z dnia 24 sierpnia 2001 roku.

### Jak ustalana jest wysokość kary?

Kary pieniężne za niezłożenie sprawozdania lub nieuiszczenie opłaty wymierza Wojewódzki Inspektor Ochrony Środowiska właściwy ze względu na miejsce prowadzenia przez sprzedawcę żywności działalności w zakresie sprzedaży żywności (czyli właściwy dla miejsca, w którym działa Twój sklep albo hurtownia).

Przy ustalaniu wysokości kary uwzględniana jest: ilość zmarnowanej żywności, za którą naliczona została opłata, wysokość wniesionej w niepełnym wymiarze opłaty oraz liczba dni opóźnienia.

Organ odstąpi jednak od wymierzenia kary pieniężnej, umorzy postępowanie oraz zwolni Cię od wniesienia opłaty za okres do wydania decyzji o umorzeniu postępowania, jeżeli okoliczności sprawy i dowody wskazują, że dołożyłeś należytej staranności, aby do naruszenia nie doszło, lub nie miałeś żadnego (!) wpływu na powstanie naruszenia, a nastąpiło ono na skutek okoliczności, których nie mogłeś przewidzieć.



Wpisz do kalendarza termin złożenia sprawozdania i uiszczenia opłaty:

- **31 marca,**
- **30 kwietnia.**



Zgodnie z przepisami, kto nie wnosi opłaty, wnosi ją w niepełnej wysokości albo po terminie, podlega karze pieniężnej w wysokości **od 500 zł do 10 000 zł.**





Kary pieniężne wnosi się w terminie 14 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stała się ostateczna, na rachunek bankowy wskazany w tej decyzji. Od decyzji wydanej przez Wojewódzkiego Inspektora Ochrony Środowiska można się jednak odwołać do Głównego Inspektora Ochrony Środowiska.

## Informacje o ilości marnowanej żywności

Twoim dodatkowym obowiązkiem, związanym ze składaniem sprawozdania oraz uiszczaniem opłaty, jest zamieszczanie informacji o wysokości należnej opłaty lub wartości żywności przekazanej organizacjom pozarządowym w Twoim sprawozdaniu finansowym (o którym mowa w przepisach o rachunkowości) oraz na stronie internetowej Twojego sklepu, jeśli ją masz.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część II Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić  
odpowiedzialny sklep  
i jak pracować,  
by nie marnować żywności?



# 1. Grupa Eurocash – odpowiedzialność za łańcuch logistyczny



47

Grupa Eurocash jest ogromnym organizmem – łańcuch logistyczny, za który odpowiadamy, zaczyna się już w momencie zamówienia towaru i bynajmniej nie kończy się na sklepowej półce. Odpowiadamy również za to, żeby zagrożona zmarnowaniem żywność trafiła do potrzebujących, o czym piszemy [tutaj](#).

Do narażenia żywności na zmarnowanie dochodzić może zarówno w magazynie, hurtowni, centrum dystrybucyjnym, podczas transportu żywności, ale również w dziale zakupowym czy biurze. Oczywiście dla naszej firmy najistotniejsze jest to, żeby ograniczać ewentualne straty w hurtowniach oraz sklepach, bo tam są one najwyższe. Jednak w podręczniku zamieszczamy również praktyczne wskazówki dotyczące ograniczania marnotrawstwa także w innych miejscach pracy oraz domu. Ważne jest to, żeby wyrobić w sobie wrażliwość oraz nawyki związane z niemarnowaniem. Pamiętajmy, że temat marnowania żywności jest problemem, który dotyczy całego naszego społeczeństwa.

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?



### Joanna Szubielska

Menadżer Działu BHP  
i Zarządzania Jakością  
Grupa Eurocash

Prowadząc sprzedaż żywności, bierzesz za nią odpowiedzialność. W dużej mierze od Ciebie zależy, czy zostanie sprzedana, czy też stanie się odpadem.

Nie jest istotne jakim, małym czy dużym, Przedsiębiorcą jesteś. Nie jest ważne, na jakim stanowisku pracujesz.

Grupa Eurocash podejmuje już działania, a Ty?

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## 2. Świeżość i jakość – jak zamawiać towar, żeby nie marnować?

Ograniczanie marnowania żywności zaczyna się dużo wcześniej niż produkt trafi na sklepową półkę, bo już na etapie zamówienia towaru, czy to z poziomu sklepu, hurtowni czy Działu Zakupów Wprowadzając do sprzedaży nowe produkty, upewnij się, że możesz im zapewnić właściwe warunki przechowywania, tak aby były bezpieczne i możliwe do spożycia w terminie określonym przez producenta.

**Zamawiaj towar rozsądnie**, na podstawie analizy danych, które masz, oraz obserwacji zachowań swoich klientów. Są dni i okresy w roku, kiedy klienci robią większe zakupy – to zazwyczaj koniec tygodnia oraz okres przedświąteczny – warto mieć wtedy więcej towaru. Jeśli chodzi o kategorie produktów świeżych, takich jak warzywa, owoce, mięso czy ryby, to są one produktami, od których oczekuje się najwyższej jakości – dobrze zatem tak planować ich zamówienie, żeby klienci mieli do nich codzienny dostęp. Negocjuj dobre warunki z dostawcami, tak aby zawsze docierały do Ciebie świeże produkty. Przy przyjęciu towaru stosuj kontrole jakościowe, by egzekwować swoje ustalenia z dostawcą, a klientom oferować produkty najwyższej jakości.



48

### Część II

#### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

#### Dobra praktyka



Grupa Eurocash realizuje projekt Fresh, który ma na celu rozwijanie konkurencyjności jej Klientów w 4 kluczowych kategoriach produktów świeżych: mięsie, wędlinach, warzywach i owocach. Produkty dostarczane są 6 dni w tygodniu, specjalnie wyznaczoną do tego, nowoczesną flotą. Strategiczne założenie projektu to najwyższa oraz powtarzalna jakość produktów świeżych, zawsze zgodna ze specyfikacją. W ramach projektu Fresh audytorzy i technolodzy jakości na bieżąco współpracują z dostawcami, weryfikując ich i kontrolując. Od producentów wymagane są jak najwyższe standardy jakości. W każdym magazynie Fresh pracuje zespół kontrolerów jakości, którzy codziennie sprawdzają dostawy produktów świeżych. Obecnie takich magazynów jest 6: w Krośnie, Modliczce, Sosnowcu, Błoniu, Lublinie oraz we Wrocławiu.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

**Analizuj sprzedaż produktów pod kątem ich popytu** – jeśli dany produkt (albo cała kategoria produktów) nie jest kupowany wcale lub rzadko znajduje nabywcę, zastanów się nad zmniejszeniem ilości zamówień bądź całkowitym jego wycofaniem. W przypadku zakończenia sezonu na dany produkt poproś dostawcę o wsparcie w realizacji wyprzedaży lub zaproponuj promocje cenowe.

**Przy zamówieniach uwzględniaj daty ważności produktów.** Można to zrobić już przy kalkulacji parametrów zamówienia, ale warto brać je również pod uwagę, gdy zamawiasz potrzebne uzupełnienia.

**Współpracuj z lokalnymi producentami i rolnikami,** dzięki czemu zyskujesz możliwość bieżącego zamawiania produktów wysokiej jakości. Jednocześnie prowadząc takie działania, wspierasz rozwój lokalnej przedsiębiorczości.

Dobrym pomysłem jest również **oferowanie Twoim klientom usługi zamawiania towaru na życzenie,** czyli dostarczania produktów, które są potrzebne klientowi, a niekoniecznie masz je w stałym asortymencie Twojego sklepu. Możesz wtedy, podobnie jak przy usłudze zamawiania towaru z dowozem do domu, w pełni kontrolować zamówienie i dzięki temu nie powodować strat.

### Dobra praktyka



#### Hurtownia Batna Ząbki

Zgodnie z zapotrzebowaniem klientów hurtownia ma szeroką ofertę nabiału od lokalnych producentów.

# 3. Transport – odpowiedzialna dystrybucja



50

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Transport to równie ważne ogniwo w łańcuchu logistycznym. Żywność można transportować wyłącznie w czystej, szczelnej i pozbawionej obcych zapachów przestrzeni ładunkowej, w której oświetlenie jest zabezpieczone osłonami.

Przestrzeń ładunkową należy regularnie myć i dezynfekować (za każdym razem trzeba to odnotować w książce sanitarnej pojazdu). Dodatkowo, w przypadku transportu produktów chłodzonych, samochody muszą być wyposażone w urządzenia chłodzące oraz rejestrujące temperaturę.



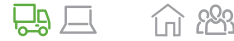
### Pamiętaj!

Pojazd transportujący żywność również musi mieć decyzję zatwierdzającą Inspekcji Sanitarnej.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika





Transport powinien odbywać się w temperaturze zgodnej z wymaganiami określonymi przez producenta. W tabeli znajdziesz zakres obowiązujący w transporcie Grupy Eurocash.

Produkty	Temperatura
Chłodzone (nabiał, wędliny)	2-6°C
Mięso, ryby, lód – transport dedykowany	0-3°C
Produkty mrożone	poniżej -18°C
Owoce i warzywa – brak wydzielonej komory	2-6°C (ciepłolubne okrywane są „kołderką”)
Owoce i warzywa – transport dedykowany	7-9°C

Produkty powinny być transportowane na paletach zabezpieczonych przed przemieszczaniem się. Gdy kompletujesz paletę nie umieszczaj cięższych towarów na lżejszych lub na towarach wrażliwych na uszkodzenia. Koniecznie pamiętaj o oddzieleniu artykułów chemicznych od spożywczych (oddzielna paleta albo specjalny pojemnik). Ważne jest także właściwe rozmieszczenie produktów w samochodzie – skompletowane palety z produktami załaduj zgodnie z kolejnością planowanego rozładunku.

## 4. Odpowiedzialna ekspozycja – zarządzanie towarem



52

### Dbaj o bezpieczeństwo produktów

Działaj zgodnie ze standardem – bez względu na to, czy jest to system HACCP, ISO 22000, BRC czy IFS (jeśli chcesz wiedzieć o nich więcej, zajrzyj [tutaj](#)).

Już na etapie przyjęcia towaru zapytaj o warunki transportu, sprawdź, jak wygląda sam produkt i jego opakowanie. Jeśli zauważysz, że już jest niewłaściwej jakości, to go nie przyjmuj. Tym sposobem zapobiegasz marnowaniu w swoim obszarze działania oraz jasno komunikujesz dostawcy o nieprawidłowościach (dzięki czemu w przyszłości takich sytuacji będzie znacznie mniej lub w ogóle się nie powtórzą).

Kiedy towar trafia do sklepu, hurtowni czy magazynu, przyjmuj go ze szczególną ostrożnością – uszkodzenie opakowania czy samego produktu na tym etapie może od razu spowodować, że nie będziesz mógł go sprzedać, a to prosta droga do marnotrawstwa.

### Część II

#### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?



#### Małgorzata Woźna

Kierownik ds. Zapewnienia Jakości  
i Ochrony Środowiska  
Grupa Eurocash

Analizując poziom marnowania żywności w różnych sklepach, hurtowniach czy magazynach, widzimy zależność z działającymi w nich systemach bezpieczeństwa żywności. Jeśli stosowane są zasady zapewnienia jakości i bezpieczeństwa oraz rozwijana jest współpraca z organizacjami pożytku publicznego, poziom marnowania jest naprawdę bardzo niski. Dobry HACCP jest zatem punktem wyjściowym do przeciwdziałania marnowaniu żywności.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

## Przechowuj żywność zgodnie z wymaganiami określonymi przez producenta

W tabeli pokazujemy zalecane warunki dla poszczególnych grup produktów.

Produkty	Temperatura	Wilgotność
Chłodnicze (nabiał, wędliny)	2-6°C	-
Mięso, ryby, lód	0-3°C (ryby i lód przechowywane są dodatkowo w opakowaniach izolujących)	-
Produkty mrożone	poniżej -18°C	-
Owoce i warzywa – wspólna przestrzeń	8-12°C	powyżej 85%
Owoce i warzywa zimnolubne	2-6°C	powyżej 85%
Owoce i warzywa ciepłolubne	10-13°C	powyżej 85%
Produkty suche – cukiernicze	do 18°C	do 75%
Produkty suche – pozostałe	do 20°C	do 75%



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



### Zachowaj czujność

Aby mieć pewność, że warunki przechowywania są odpowiednie, monitoruj temperaturę i wilgotność przy użyciu sprzętu kontrolno-pomiarowego. Dzięki nadzorowi możesz zareagować na czas i uchronić przed zepsuciem pełną nabiału czy mięsa lodówkę lub chłodnię.

### Zapobiegaj awariom

Regularnie zlecaj przeglądy wszystkich urządzeń zapewniających właściwe warunki przechowywania, przede wszystkim sprzętów chłodniczych.

### Dbaj o czystość

Odpowiednie warunki przechowywania to także utrzymanie czystości. Pamiętaj o myciu i dezynfekcji zgodnie z ustaloną wcześniej częstotliwością oraz bieżącymi potrzebami. Nie zapominaj przede wszystkim o miejscach, które bezpośrednio stykają się z produktami oraz tych trudno dostępnych. Utrzymanie porządku i higieny w dużej mierze pozwoli zapobiec występowaniu szkodników, których obecność również prowadzi do marnowania żywności. W walce ze szkodnikami wspieraj się specjalistyczną firmą DDD.

### Dobra praktyka

#### Eurocash S.A.

Urządzenia chłodnicze i miejsca sprzedaży są wyposażone w ciągły elektroniczny pomiar temperatur.

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

#### Monitoruj stan towaru i na bieżąco weryfikuj daty przydatności produktów do spożycia

Marnowanie żywności często jest spowodowane brakiem dyscypliny i uważności w codziennym działaniu, dlatego aby ograniczyć to zjawisko, nastaw się na bieżące działania związane z monitorowaniem towaru.

Ekspozuj towary z krótszym terminem ważności – możesz je postawić na półce jako pierwsze. Dla towarów o bardzo krótkich terminach do spożycia organizuj promocje – możesz oferować promocje cenowe oraz zakup kilku towarów w cenie jednego.

#### Stosuj zasadę FEFO (ang. *first expired, first out*)

Oznacza ona, że jeżeli data przydatności do spożycia produktu A jest krótsza niż produktu B, to produkt A powinien opuścić strefę sprzedaży jako pierwszy i nie ma tu znaczenia, który z nich został zakupiony jako pierwszy. Jeżeli posiadasz więcej niż jeden sklep, możesz rozszerzyć tę zasadę na cały asortyment, jakim dysponujesz, i z zachowaniem zasad bezpieczeństwa i jakości żywności uzupełniać towarem z bliższym terminem ważności brakujący asortyment w innych sklepach.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Towar zagrożony zmarowaniem



### 1. Nie podejmujemy żadnych działań – towar staje się odpadem

#### Zyski

- + brak

#### Straty

- koszt zakupu towaru od producenta/dystrybutora
- koszty zagospodarowania odpadów
- opłata za zmarnowaną żywność
- koszty wizerunkowe sklepu



### 2. Towar sprzedajemy w obniżonej o 50% cenie naszym pracownikom lub w strefie produktów do ratowania

#### Zyski

- + odzyskujemy część kosztów zakupu towaru od producenta/dystrybutora
- + brak odpadów – korzyść dla środowiska
- + brak kosztów gospodarowania odpadami
- + brak opłaty za zmarnowaną żywność
- + budujemy wizerunek odpowiedzialnego pracodawcy/odpowiedzialnego sklepu

#### Straty

- część kosztów zakupu od producenta/dystrybutora



### 3. Towar przekazujemy organizacji pożytku publicznego

#### Zyski

- + możemy odzyskać część podatku
- + brak odpadów – korzyść dla środowiska
- + brak kosztów gospodarowania odpadami
- + brak opłaty za zmarnowaną żywność
- + budujemy wizerunek odpowiedzialnego pracodawcy/odpowiedzialnego sklepu
- + pomagamy innym

#### Straty

- koszt zakupu towaru od producenta/dystrybutora





## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Towary z bliskim terminem ważności zawsze eksponuj w tym samym miejscu, możesz je specjalnie oznaczyć, informując w ten sposób klientów, że dokładasz wszelkich starań, żeby produkty się nie marnowały i prowadzisz swój biznes odpowiedzialnie. Dla konsumentów to ważny sygnał – będą mogli kupić jakościowo dobre produkty po niższej cenie, a równocześnie pokazujesz, że podzielasz ich przekonania dotyczące zrównoważonych zakupów. Wiadomo bowiem, że grupa klientów, którzy mają takie przekonania, cały czas rośnie. Piszemy o tym [tutaj](#).

### Zarządzanie strefami warzyw i owoców oraz pieczywa

Są takie produkty, których świeżością bardzo trudno jest zarządzać. Szczególnie dotyczy to warzyw, owoców i pieczywa.

Na naszym blogu znajdziesz bardzo ciekawy tekst o tym, jak zarządzać asortymentem sklepu latem, by nie marnować żywności. Post znajdziesz [tutaj](#).

### Warzywa i owoce

Trzeba weryfikować ich stan kilka razy dziennie. Przebieraj je i jeśli zauważysz produkt zepsuty, który nie nadaje się do spożycia, natychmiast oddziel go od reszty – utrudni to rozprzestrzenianie się procesu psucia na pozostałe produkty.

### Dobra praktyka



W hurtowniach, magazynach i sklepach wyznaczona jest stała osoba odpowiedzialna za nadzór nad strefą warzyw i owoców.



## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Produkty, które nadal nadają się do spożycia, ale straciły już swój piękny wygląd, możesz przecenić – umieść je w specjalnie oznaczonym koszu lub miejscu w chłodni. Pamiętaj też o tym, że rośnie grupa klientów, którzy są amatorami właśnie takich, nie do końca idealnych warzyw i owoców. Na naszym [blogu](#) jest obszerny materiał o zarządzaniu produktami świeżymi.

### Pieczyno

Produktem, który również bardzo szybko traci na świeżości, jest pieczywo. W tym miejscu warto dodać, że jest to produkt, z którego marnowaniem trudno jest się pogodzić każdemu z nas. W zarządzaniu stoiskiem z pieczywem szczególnie newralgiczne są godziny wieczorne – wiadomo, że jeśli o tej porze półki będą pełne pieczywa, jego część na pewno się zmarnuje. Wprowadź zatem proces optymalizacji uzupełniania i miej dostępne podstawowe kategorie pieczywa. Zobaczysz, jak szybko spadną straty na stoisku z pieczywem, a dodatkowo zyskasz w oczach klientów, którzy będą mieli dostęp do produktu, ale też docenią, że nie marnujesz w swoim sklepie chleba.

### Dobra praktyka



W sklepach, które mają odpowiednie uprawnienia i możliwości, warzywa (np. papryka czy ziemniaki) są podpiekane na grillu i sprzedawane jako porcja warzyw gotowych do spożycia. Wykorzystywane do tego są produkty zagrożone zmarnowaniem lub te, które nie mają idealnego wyglądu, ale nadal są pełnowartościowe.

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Jeśli powyższe działania są niewystarczające i widzisz ryzyko przeterminowania się produktów, oddziel je i przekaz organizacji pożytku publicznego, o obowiązkach prawnych wynikających z ustawy pisaliśmy [tutaj](#).

#### Co zrobić, jeżeli mimo procedur i starań żywność została zmarnowana?

Zmarnowana żywność staje się odpadem. Zadbaj o jej właściwe zagospodarowanie:

- oddziel ją od pełnowartościowej, tak aby nie stanowiła zagrożenia (najlepiej w wyznaczonym do tego miejscu),
- zapewnij odbiór przez specjalistyczną firmę – pamiętaj, że produktów przeterminowanych albo nienadających się do spożycia nie wyrzuca się do pojemników na odpady komunalne;
- odbiór odpadów potwierdź Kartą Przekazania Odpadów w systemie [BDO](#) lub w przypadku produktów pochodzenia zwierzęcego, Handlowym Dokumentem.

Przeanalizuj rodzaj żywności, jaka trafiła do pojemnika na odpady, i sprawdź, co możesz zrobić, aby w przyszłości było jej mniej lub wcale. Pomocnym na pewno będzie niniejszy rozdział – zachęcamy do jego wielokrotnej lektury!



## 5. Twój pracownik potrzebuje wiedzy – dlaczego ważna jest edukacja?



60

### Część II

#### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Minimalizacja zjawiska marnowania żywności w sklepie to skomplikowany, wielo-etapowy proces. Zamówienia towarów, analizy popytu, zarządzania produktami już w sklepie, organizowanie wyprzedaży i promocji, codzienna współpraca z organizacją pomocową, komunikacja z klientami – wszystko to wymaga zaangażowania Twoich pracowników.

Praktyczne wskazówki i wytyczne dotyczące codziennego zarządzania tym obszarem to jednak nie wszystko. Warto zbudować świadomość pracowników na głębszym poziomie i szczegółowo wyjaśnić im, dlaczego marnowanie żywności jest tak istotnym problemem nie tylko ekonomicznym (jeśli nie sprzedamy produktów, to w oczywisty sposób wiąże się to ze stratą). Dobrze, by zdawali sobie sprawę, że w ostatnich latach dochodzi do prawdziwej rewolucji w zmianie podejścia klientów do tego tematu i tacy konsumenci coraz częściej będą zaglądać do Waszego sklepu.

Buduj świadomość swoich pracowników, umożliwiając im dostęp do wiedzy. Zachęć ich do uczestniczenia w programie edukacyjnym Akademii Umiejętności Eurocash, w którym zagadnienia związane z marnowaniem żywności oraz innymi kwestiami społecznej odpowiedzialności biznesu są na stałe obecne. Zachęć ich do przeczytania



## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?



Na [blogu](#) Grupy Eurocash znajdziesz wiele potrzebnych informacji, nie tylko o niemarnowaniu żywności.



### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

książki, którą właśnie czytasz. Powieś plakat (przykłady znajdziesz [tutaj](#)) w pomieszczeniu socjalnym, na którym poinformujesz, że uczestniczysz w ważnej społecznie akcji.

Możesz też wspólnie z pracownikami zorganizować zbiórkę żywności dla potrzebujących w okresie świątecznym albo zaangażować ich w wybór organizacji pozarządowej, której zdecydujecie się przekazywać żywność – bardziej zaangażują się w działanie, jeśli będą w nim uczestniczyć od samego początku. Pamiętaj też o tym, że Twoi pracownicy również mogą być już odpowiedzialnymi konsumentami i należeć np. do grupy wegan czy fleksitarian, o których pisaliśmy na naszym [blogu](#).

Każdego dnia buduj ich świadomość i poczucie odpowiedzialności. Możesz wprowadzić system zachęt i nagród dla pracowników stref z produktami, które są najbardziej narażone na utratę świeżości, np. zastosować tzw. premie od ubytków, czyli im mniej strat w danej strefie produktowej, tym wyższa premia lub oferować pracownikom towar z bliższym terminem ważności po promocyjnej cenie, jeszcze zanim trafi on na przecenę dla klientów.

Dzięki temu Twoi pracownicy będą lepiej dbać o cały proces związany z niemarnowaniem żywności oraz wspólnie z Tobą budować markę odpowiedzialnego sklepu.

## 6. Niezależnie od tego, gdzie pracujesz – nie marnuj!



62

Wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za ograniczanie marnowania żywności. Pracując w branży spożywczej – podwójnie – jako pracownik oraz osoba prywatna. Jeśli jesteś pracownikiem hurtowni, magazynu lub sklepu, zajrzyj do wcześniejszych rozdziałów niniejszego podręcznika – znajdziesz tam niezbędne dla Ciebie informacje dotyczące przeciwdziałania marnowaniu żywności w Twojej pracy.

Natomiast bez względu, gdzie pracujesz, jesteś w pełni odpowiedzialny za jedzenie, które przynosisz do pracy. Pamiętaj o tym, żeby nie zostawiać „na zawsze” niezjedzonego posiłku w lodówce, kuchni, pomieszczeniu socjalnym czy na biurku. Przynieś tylko taką ilość jedzenia, jaką możesz zjeść. Jeśli masz zbyt duże danie na obiad, podziel się nim z kimś, kto zapomniał swojego posiłku, lub zjedz je następnego dnia albo zabierz do domu. Promuj postawę *zero waste*!

W codziennej pracy biura w sposób szczególny na generowanie zmarnowanej żywności narażone są działy zakupów, które otrzymują dużo próbek produktów od dostawców. Pracownicy tych działów powinni zadbać o to, żeby po degustacji zebrać żywność i uważnie ją zapakować. Produkty świeże, wymagające niższej temperatury, należy włożyć do lodówki. Zaprosz pracowników innych działów na poczęstunek lub, jeśli tej żywności jest więcej, rozdziel ją do zabrania do domu.

### Część II

#### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

#### Dobra praktyka



#### Dział Jakości Marki Własnej

Po przeprowadzonym panelu sensorycznym (degustacji produktów) niewykorzystane produkty rozdawane są uczestnikom oceny. W przypadku większej ilości produkty wykładane są we wspólnej kuchni, gdzie można się nimi poczęstować.

#### Dobra praktyka



#### Dział Marki Własnej

Nadwyżki produktów po panelach sensorycznych przekazywane są nie tylko pracownikom, ale także lokalnym domom dziecka lub jako wsparcie dla osób potrzebujących.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego Przedsiębiorcy i pracownika





Warto też zasygnalizować dostawcom, żeby przysyłali próbki produktów w rozsądnych ilościach – do zdecydowania, czy wędlina jest smaczna, czy nie, wystarczy kilka jej plasterków, nie potrzeba całego kilograma. Informuj dostawców, że Twoja firma aktywnie działa, żeby przeciwdziałać marnotrawstwu. Produkty z dłuższym terminem ważności – jeśli otrzymasz je w większych ilościach – można rozdać w biurze lub przeznaczyć na zbiórki foodsharingowe. Każdy pracownik może zabrać kilka kartonów mleka i zostawić je w jadłodzielni w okolicy swojego miejsca zamieszkania.



63

## Część II Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

### Ważna definicja!

**Foodsharing (ang. ‘dzielenie się jedzeniem’)**. Zamysłem tej idei jest dzielenie się żywnością z innymi. Chodzi głównie o żywność, która została po świętach, imprezach, a także taką, której kończy się termin ważności, a wiadomo, że nie zostanie zjedzona. Idea ta niesie więc ze sobą kilka korzyści – zapobiega marnowaniu się jedzenia, a także wspiera osoby uboższe, bezdomne, głodne.

W Polsce od 2016 roku powstają tzw. **jadłodzielnie**, w których można zostawić nadwyżki żywności lub się nią poczęstować. Może z nich skorzystać każdy, niezależnie od statusu społecznego. Taką jadłodzielnią jest najczęściej lodówka ustawiona w miejscu publicznym, w pobliżu której stoją pudła z produktami, których nie trzeba przechowywać w lodówce. Przyjmowane są wszystkie produkty poza surowym mięsem, alkoholem czy potrawami zawierającymi w składzie surowe jajka.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## 7. Komunikacja z klientami – wytyczne ustawy i dobre praktyki



64

Komunikacja z klientami jest bardzo istotna w całym łańcuchu zachowań i postaw zmierzających do minimalizowania marnowania żywności. Z jednej strony komunikując o tym, że nie marnujemy żywności, wypełniamy po prostu obowiązek prawny, o którym pisaliśmy [tutaj](#), z drugiej zaś budujemy odpowiedzialny wizerunek naszego sklepu czy hurtowni. Ponadto dzięki komunikacji edukujemy naszych klientów, co znów wynika z nałożonego przez prawodawcę obowiązku związanego z budowaniem świadomości konsumentów, ale dzięki tym działaniom sygnalizujemy odpowiedzialnym klientom, że nasze działania są bliskie ich przekonaniom i oczekiwaniom.

Trzeba się chwalić! Jeśli Twoje działania mają pozytywny wpływ społeczny, pochwal się nimi! Wpłyne to pozytywnie na postrzeganie Twojego biznesu przez klientów jako sklepu prowadzonego odpowiedzialnie. Jeżeli właśnie angażujesz się w kolejną akcję społeczną, komunikuj o tym innym.

Dobra opinia wśród klientów i odpowiedzialna postawa wpływa bowiem na wzrost sprzedaży, a to z kolei skutkuje wzrostem zysków. Bycie zaangażowanym po prostu się opłaca, a korzysta na tym zarówno firma, jak i jej otoczenie. Budowanie dobrej marki i zaufania umożliwia wypracowanie stabilności, nie tylko finansowej.

### Część II

#### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?



#### Virginie Little

Little Greenfinity

Fundacja dla Edukacji Ekologicznej

Marnowanie żywności jest aberracją gospodarczą i ogromnym problemem środowiskowym, moralnym i etycznym. Oczywiście nikt nie chce wyrzucać jedzenia, ale to się po prostu zdarza. Dobra wiadomość jest taka, że każdy z nas może zapobiegać marnowaniu żywności. Dotyczy to szczególnie Przedsiębiorców i kierowników sklepów, którzy mają bardzo ważną rolę do odegrania we wdrożeniu dobrych praktyk w swoich sklepach oraz w edukowaniu swych pracowników i klientów. Włączenie w te działania może być początkiem dającej wiele satysfakcji i przynoszącej wiele dobrego przygody z zapobieganiem marnowaniu żywności.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

Pozwala bowiem także na zmniejszenie strat i szybsze odzyskanie dobrego imienia w sytuacjach kryzysowych. Ponadto pozytywny wizerunek firmy pomaga w zatrudnianiu wartościowej i wykwalifikowanej kadry – cenimy sobie bowiem odpowiedzialnych pracodawców.

### Kanały komunikacji

Żeby zacząć komunikować się z klientami, należy skorzystać z kanałów komunikacji. Co to takiego? Otóż kanał komunikacji to środek umożliwiający przenoszenie komunikatu (informacji) z jego źródła (czyli nadawcy) do adresata (czyli odbiorcy). W komunikacji z klientami kanały komunikacji możemy podzielić na kanały w sklepie (ang. *in-store*) i poza sklepem (ang. *out-of-store*), a biorąc pod uwagę środek komunikacji, na kanały *off-line* oraz *on-line* (jeśli do komunikacji zastosujemy media obecne w internecie).

### Komunikacja w sklepie

Odpowiednia komunikacja w sklepie jest kluczowa dla minimalizowania strat żywności. Działaniami komunikacyjnymi możesz wpłynąć na decyzje konsumentów oraz zamaniifestować swoje zaangażowanie w rozwiązanie tego problemu.

**Po pierwsze, oznacz swój sklep.** Możesz to zrobić, wieszając w oknie sklepu plakat, naklejając nalepkę na drzwiach lub na przesłonie przy kasie. Możesz też udostępnić ulotki, w których na jednej stronie umieścisz informację o swoich działaniach,

### Dobra praktyka

tak przyjazna, tak solidna

Na nośnikach w sklepach tych sieci podawane są komunikaty dotyczące niemarnowania żywności i zachęcające do tworzenia foodwastowych posiłków.

a na drugiej zaproponujesz klientom smaczny przepis na danie z produktów zagrożonych zmarnowaniem. Jeśli oferujesz kupującym gazetkę, publikuj w niej artykuły dotyczące marnowania żywności. Informuj również o swojej współpracy z lokalną organizacją, której oddajesz żywność. Jeżeli Wasza współpraca się układa, a organizacja pręźnie działa na rzecz lokalnej społeczności, możesz też informować o jej działaniach.

Po drugie, oznacz i **wydziel w swoim sklepie czy hurtowni strefy produktów do ratowania** – zawieś widoczne, sugestywne oznaczenia lub hasła, tak żeby klient łatwo je zauważył. Dodawaj informacje o akcjach ratunkowych i promocjach dnia. Strefa produktów do ratowania zawsze powinna być w tym samym miejscu. Klienci szybko przyzwyczajają się do tego, gdzie ona się znajduje i będą w tym miejscu szukać produktów, które zakupią w pierwszej kolejności. W przypadku takich stref ważne jest oznakowanie, które wyjaśni, dlaczego te produkty są w promocji i że dzięki temu zostaną uratowane przed potencjalnym zmarnowaniem. Pamiętaj jednak, aby na bieżąco sprawdzać, czy towary w tej strefie nadają się nadal do spożycia – ratujemy żywność, ale zawsze dbamy o bezpieczeństwo konsumentów. Buduj u klienta świadomość i poczucie, że robi coś ważnego – jeśli w jego koszyku znajdują się produkty ze strefy produktów do ratowania, podziękuj mu za to, że je kupuje. Nigdy nie dawaj mu odczuć, że kupuje coś gorszego!

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

#### Dobra praktyka



Na swoim [kanale YouTube](#) sieć publikuje przepisy kulinarne na dania z często marnowanych produktów, a na [profilu Facebook](#) proste rady dla konsumentów dotyczące niemarnowania żywności.

#### Dobra praktyka



Sieć „abc na kołach” przygotowała dla swoich klientów ulotki z przepisami na potrawy z części owoców i warzyw, które zostają po przygotowaniu innych dań.

#### Dobra praktyka



W sklepach tych sieci zorganizowane są strefy produktów do ratowania.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Komunikacja poza sklepem

Komunikacja poza sklepem jest z reguły bardziej skomplikowana, wymaga bowiem od klienta aktywnego poszukiwania informacji o sklepie. Przy tej formie komunikacji doskonale sprawdzają się działania za pomocą strony internetowej Twojego sklepu – zamieść specjalny baner lub przeznacz część miejsca na informowanie klientów o działaniach związanych z niemarnowaniem żywności. Nie zapomnij również o mediach społecznościowych – publikuj w nich komunikaty oraz zdjęcia. Jeśli w swojej komunikacji wykorzystujesz newsletter, zamieść w nim informacje o Twoich działaniach przeciw marnowaniu żywności. Doskonałym kanałem komunikacji są również aplikacje mobilne – jeśli Twój sklep takiej używa, znajdź w niej przestrzeń na informowanie o akcjach związanych z niemarnowaniem żywności.

Komunikację z klientami możesz wzmocnić również poprzez współpracę z Twoimi partnerami społecznymi. Działajcie wspólnie w ważnej sprawie.

## Część II Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

### Dobra praktyka

**frisco.pl**

Frisco.pl prowadzi cyklicznie akcje z dostawcami mające na celu edukację konsumentów w obszarze niemarnowania żywności.

Na potrzeby kampani „Szanujemy, nie marnujemy!” Frisco uruchomiło na swojej stronie specjalną zakładkę. Publikuje na niej porady dla konsumentów dotyczące właściwego przechowywania produktów i inne sposoby na walkę z marnowaniem żywności.

### Dobra praktyka

**Delikatesy  
CENTRUM**

Także ta sieć przygotowała specjalną podstronę www z prostymi radami dla konsumentów dotyczącymi niemarnowania żywności.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

#### Dobra praktyka



Część sklepów sieci Lewiatan korzysta z powodzeniem z aplikacji do niemarnowania jedzenia lub z rozwiązań foodsharingowych, czyli jadłodzielni.

#### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

### Aplikacje do niemarnowania jedzenia

Do narzędzi komunikacyjnych można zaliczyć też aplikacje do sprzedaży zagrożonego zmarnowaniem jedzenia. Poza funkcją sprzedażową edukują one również kupujących, a popularność tych zarówno globalnych, jak i rodzimych marek powoduje, że klienci postrzegają sklepy używające ich jako przykłady odpowiedzialnej postawy.

Na polskim rynku aplikacje pojawiły się w 2018 roku. Jest to sposób na sprzedaż produktów o bliskim terminie ważności lub uszkodzonym opakowaniu tym odbiorcom, którzy niekoniecznie przysliby do naszego sklepu.

System pozwala ratować produkty przed zmarnowaniem, a jednocześnie zarabiać na sprzedaży. To nowy model biznesowy. Jak działa? Pracownicy sklepu grupują w „koszyku niespodziance” kilka produktów z bardzo krótkim terminem przydatności do spożycia lub uszkodzonym opakowaniem i oferują znaczny rabat (zwykle 50% wartości podanej w sklepie). Transakcje są zarządzane przez aplikację. Sklep musi jedynie przygotować „koszyk niespodziankę”, wystawić go na sprzedaż w aplikacji (wysoko zautomatyzowany proces, który zajmuje bardzo mało czasu) i wręczyć klientowi, gdy ten przyjdzie do sklepu po odbiór. Aplikacja pobiera prowizję, a fakturowanie odbywa się miesięcznie albo kwartalnie w zależności od liczby transakcji.



## 8. Z szacunku do osób potrzebujących – współpraca z organizacjami pozarządowymi



69

Marnowanie żywności w sytuacji, w której część ludzkości głoduje lub jest niedożywiona, o czym pisaliśmy [tutaj](#), jest problemem moralnym i etycznym. Ustawodawca zwrócił na to swoją uwagę i – jak pisaliśmy [tutaj](#) – nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek współpracy z organizacjami pozarządowymi, żeby stworzyć szansę i nawyk przekazywania żywności o zbliżającym się terminie ważności dla osób potrzebujących.

Zdajemy sobie sprawę z tego, że współpraca z organizacjami pozarządowymi może przebiegać w różny sposób – zarówno po stronie organizacji, jak i samego Przedsiębiorcy. W podręczniku znajdziesz wiele informacji o tym, jak zarządzać tą współpracą, żeby była ona jak najbardziej efektywna. Niezależnie od tego, jak ona przebiega, warto, żebyś pamiętał tak naprawdę, dlaczego żywność ma być przekazana, bo najważniejsze jest to, do kogo ona trafi.

Szanuję, nie marnuję – z szacunku do osób potrzebujących.

**Część II**  
**Dla Przedsiębiorcy i pracownika**  
Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

### Dobra praktyka



Od początku swego istnienia Fundacja we współpracy z lokalnymi organizacjami pożytku publicznego organizuje zbiórki żywności dla osób potrzebujących

### Dobra praktyka



Przedsiębiorcy sieci ABC współpracują z organizacjami pozarządowymi i przekazują żywność, żeby pomóc potrzebującym.

**Szanuję, nie marnuję!**  
Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Rozmowa Dagmary Kowalskiej z Magdaleną Masiak – koordynatorką ogólnopolskiego programu Spiżarnia Caritas

**Jaka jest liczba osób, które w Polsce z powodu swojej sytuacji ekonomicznej korzystają z żywności przekazywanej przez Przedsiębiorców?**

W 2020 roku w ramach programu Spiżarnia Caritas odebraliśmy ze sklepów i przekazaliśmy potrzebującym ponad 6600 ton żywności o wartości ponad 83,5 mln zł. W ten sposób wsparcie żywnościowe otrzymało ponad 60 tys. osób. W bieżącej edycji tego programu 45 Caritas diecezjalnych oraz współpracujących z nami organizacji kościelnych podpisało umowy na odbiór żywności z blisko 1300 sklepów, 18 hurtowni i 22 magazynów różnych sieci handlowych. Dla porównania – w 2017 roku w ramach Spiżarni Caritas przekazano potrzebującym ponad 2600 ton żywności, co oznacza, że w ciągu 3 lat jej ilość wzrosła prawie trzykrotnie.

**Co to znaczy być biednym/potrzebującym w Polsce?**

Jest coraz więcej potrzebujących. Ta liczba rośnie, nie tylko w dobie pandemii i zmieniającego się teraz rynku pracy, ale także z powodu zmian klimatycznych, które ostatnio dotykają nas namacalnie. Żeby pokazać skalę potrzeb, warto przytoczyć dane z programu POPŻ (Program Operacyjny Pomoc Żywnościowa realizowany

**Część II**  
**Dla Przedsiębiorcy i pracownika**  
Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?



**Magdalena Masiak**  
Koordynatorka programu  
Spiżarnia Caritas



**Dagmara Kowalska**  
Dziennikarka lifestylowa,  
prowadzi audycje o kulturze,  
motoryzacji i zdrowym życiu

**Szanuję, nie marnuję!**  
Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

w ramach współpracy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa). Jesteśmy jednym z czterech głównych realizatorów tego programu. W ramach jego ostatniej edycji, od grudnia 2019 do września 2020 roku, diecezjalne Caritas prowadziły dystrybucję żywności. Do ponad 278 tys. osób zakwalifikowanych do programu trafiło blisko 14 tys. ton artykułów spożywczych o wartości niemal 63 mln zł. W sumie wydano ponad 950 tys. paczek i blisko 425 tys. posiłków. Obecnie trwa kolejna edycja tego programu.

Ustawa przeciwdziałająca marnowaniu żywności, wprowadzona w lipcu 2019 roku, bardzo wsparła obszar pomocy żywnościowej, motywując sieci handlowe do zawierania umów z organizacjami pozarządowymi.

### Co ułatwia wzajemną współpracę między Przedsiębiorcami a NGO?

Najważniejszym czynnikiem zawsze był i jest człowiek – w tym przypadku kierownik sklepu i zespół pracowników rozumiejący ideę przekazywania żywności, która ze sklepu musi szybko dotrzeć do naszych punktów odbioru, jadłodajni i dalej – do potrzebujących, ponieważ musimy zmieścić się w terminie jej przydatności do spożycia. Z naszej strony jest to sprawny zespół osób odbierających żywność, będący w stałym kontakcie ze sklepami. Nie bez znaczenia jest też różnorodność przekazywanych produktów czy możliwość odbioru warzyw i owoców oraz pilnowanie przez obie strony terminów przydatności przekazywanych produktów.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część II

### Dla Przedsiębiorcy i pracownika

Jak prowadzić odpowiedzialny sklep i jak pracować, by nie marnować żywności?

## Jaka jest idea Państwa programu i jak rozwija się współpraca z Grupą Eurocash?

Spizarnia Caritas to ogólnopolski program odbioru i dystrybucji pełnowartościowych produktów żywnościowych wycofanych ze sprzedaży w sklepach i hurtowniach. Odbierane ze sklepów produkty spożywcze trafiają zarówno do placówek Caritas, gdzie służą do przygotowania posiłków, jak i punktów wydawania żywności, a stamtąd już bezpośrednio do potrzebujących. Pomagamy konkretnym osobom, które zgłaszają się po pomoc lub do których docierają parafialne zespoły wolontariuszy. Wspieramy całe rodziny oraz osoby indywidualne. Ważnym dla nas tematem jest pomoc seniorom.

Program wspiera ubogich, ale jednocześnie przeciwdziała marnowaniu żywności. Pokazuje, że przy odrobinie zaangażowania można pomóc innym: podzielić się posiłkiem, przekazać część żywności potrzebującym i być odpowiedzialnym za środowisko, które nas otacza. Prowadzimy także inne akcje, takie jak Tytka charytatywna i ogólnopolskie zbiórki żywności Tak. Pomagam! organizowane w sklepach.

W 2020 roku w ramach programu Spizarnia Caritas odebraliśmy ze sklepów różnych sieci Grupy Eurocash i rozdaliśmy potrzebującym prawie 79 ton żywności, co stanowi 40% wszystkich produktów spożywczych przekazanych przez Grupę Eurocash organizacjom pozarządowym.



### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Współpraca Grupy Eurocash z organizacjami pozarządowymi

Grupa Eurocash z roku na rok współpracuje z rosnącą liczbą organizacji pozarządowych, dzięki czemu coraz więcej uratowanej żywności trafia do osób potrzebujących. Do 30 września 2021 roku Grupa Eurocash przekazała łącznie 205 889,38 kg\* żywności (w 2020 roku 191 327,34 kg). Poszerzyliśmy również naszą współpracę z organizacjami pozarządowymi – przekazujemy żywność do 56 lokalnych organizacji pożytku publicznego.

Organizacja	Ilość przekazanej żywności w kg
Caritas	51 206,56
Towarzystwo Pomocy im. Św. Brata Alberta	31 566,85
Teen Challenge	26 760,35
Ogólnopolskie Stowarzyszenie Arka Noego	12 483,06
Banki Żywności	9 920,20
Stowarzyszenie Centrum Pomocy Panaceum	8 913,98
Fundacja Babcia i Dziadek	8 309,98
Pozostałe organizacje	56 728,40
<b>Razem</b>	<b>205 889,38</b>

\* Produkty te nie pochodzą ze zbiórek żywności.

Stan na 30 września 2021 roku

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## **Część III** **Dla konsumenta**

Jak każdy z nas  
może nie marnować żywności  
na co dzień





# 1. Konsument, czyli każdy z nas



75

Dane nie pozostawiają złudzeń: najwięcej żywności marnuje się w domu. Przeciętnie polska rodzina rocznie wyrzuca do kosza jedzenie o wartości 2 tys. zł. Być może to efekt dobrobytu i konsumeryzmu – pora powrócić do zasady gospodarności i zacząć zarządzać marnowaniem żywności również we własnym domu, który dla części z nas bywa również biurem.

W 2018 roku Polski Instytut Ekonomiczny podał, że do wyrzucania żywności przyznało się 42% Polaków.

## Najczęściej marnowane produkty



## Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?



### Małgorzata Bartkiewicz

Fundacja dla Edukacji Ekologicznej

Kuchnia jest sercem domu, a gotowanie to zapachy przypraw, zabawa w smaki, eksperymentowanie z daniami. Wszystko po to, aby nie tylko się najeść, ale przede wszystkim celebrować posiłek z bliskimi. Gotowanie jest wspaniałe i niesie ze sobą wiele korzyści, warto jednak zajrzeć do swojego kosza i uświadomić sobie, ile jedzenia marnuje się w Twojej kuchni. Zastosowanie kilku zasad, o których mowa w tym rozdziale, pozwoli w znaczącym stopniu przyczynić się do niemarnowania jedzenia. Pamiętaj, aż jedna trzecia produkowanej na świecie żywności ląduje w śmietniku i Ty możesz to zmienić!

### Zobacz źródło

*Jakiej żywności marnujemy najwięcej?*  
sierpień 2019.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

## Przyczyny wyrzucania żywności



Na kolejnych stronach przedstawiliśmy proste proste zasady, dzięki którym możesz uratować jedzenie, zaoszczędzić na wydatkach i uczynić świat lepszym.

### Dobra praktyka

Poobserwuj, ile i co marnujesz, zapisz i zastanów się nad następnymi swoimi zakupami, byś niepotrzebnie nie kupował produktów.

## 2. Proste zasady, by nie marnować żywności na co dzień



77

### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

### Zasada „Planuj posiłki i zakupy”

Często kupujemy za dużo, na zapas, jakby bojąc się, że będziemy głodować. Takie myślenie doprowadza niestety do marnowania żywności.

Planowanie posiłków na cały tydzień, a także zakupów to pierwszy krok do unikania resztek w kuchni. Stwórz zatem jadłospis na cały tydzień i zrób listę produktów, których potrzebujesz. Z pomocą może Ci tu przyjść nowoczesna technologia – wiele popularnych obecnie kuchennych urządzeń wielofunkcyjnych ma opcję planowania tygodniowego jadłospisu, a następnie generowania jednej listy zakupów uwzględniającej niezbędne produkty.

Koniecznym jest sprawdzić, co już masz w domu (przejrzyj szafki i lodówkę). Dopiero z tak zweryfikowaną listą udaj się do sklepu. Nie dokupuj nic spoza listy, to bardzo ważne.

### Dobra praktyka

**frisco.pl**

Zakupy w sklepie online umożliwiają racjonalne planowanie zakupów dzięki listom zakupowym oraz integracjom z portalami dietetycznymi.



## Zasada „Wprowadź dzień czyszczenia lodówki”

Taki dzień ustal na koniec tygodnia, tuż przed robieniem zakupów na kolejny tydzień. Bazuj w tym dniu na resztkach z poprzednich dni i staraj się nic nie dokupować. Motywuj się do gotowania z tego, co już masz, testując różne przepisy. Najlepiej sprawdzają się w takiej sytuacji zapiekanki, gulasze i zupy.

Przy okazji zwracaj uwagę na terminy przydatności do spożycia. Pamiętaj, że sformułowanie „należy spożyć do” oznacza, że po tym terminie produkt nie nadaje się już do zjedzenia – po prostu możemy się nim zatruć. Z kolei „najlepiej spożyć przed” oznacza czas minimalnej trwałości produktu, czyli do tego terminu zachowuje on wszystkie swoje właściwości (np. kolor, smak, konsystencję), po tym terminie mogą się one zmienić.

### Dobra praktyka

Uporządkuj swoją lodówkę i szafki, wydziel strefy przechowywania i pilnuj rozdzielania do nich zakupów. Ułatwi Ci to znalezienie odpowiedniego artykułu i zapobiegnie „gubieniu się” produktów i odnajdywaniu ich już po skończonym terminie ważności.



### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

## Zasada „Właściwie przechowuj żywność”

Warzywa nieodpowiednio zabezpieczone wędzną w lodówce z uwagi na obecność tam stałą cyrkulację powietrza, psują się też pozostawione na blacie, dlatego warto wiedzieć, jak należy je przechowywać. Dobrze jest zainwestować w kilka próżniowych pojemników na żywność. Wędliny, ser, włożone do własnego pojemnika, mogą leżeć w lodówce dłużej. Jeżeli np. do kanapek zużywasz pół ogórka, drugie pół zamknij w szklanym pojemniku i schowaj do lodówki. Świeże mięso i ryby również przechowuj w szklanych opakowaniach – zapobiega to także rozwojowi bakterii.

### Typy pojemników

**Pojemniki szklane, ceramiczne, porcelanowe** – są bezpieczne, nie wchodzi w reakcję z żywnością.

**Pojemniki plastikowe** – można w nich przechowywać większość produktów spożywczych, muszą mieć atest uprawniający do kontaktu z żywnością.

**Pojemniki silikonowe** – nadają się do przechowywania żywności zarówno w lodówce, jak i zamrażarce, wygodne do przechowywania w nich świeżych ryb, owoców czy warzyw.

### Czy wiesz, że...

W Polsce rocznie marnuje się **5 mln ton** żywności, z tego 60% w gospodarstwach domowych. Te 5 mln ton zmarnowanej żywności oznacza, że co sekundę w Polsce wyrzuca się blisko 153 kg żywności w całym łańcuchu żywnościowym, z tego 92 kg marnują się w naszych domach. To tak jakbyśmy w ciągu roku w każdym naszym domu wyrzucali 184 bochenki chleba.



Pojemniki i naczynia przeznaczone do kontaktu z żywnością zawsze są specjalnie oznaczone – szukaj na nich tego symbolu:

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

**Pojemniki próżniowe** – zamknięcie próżniowe gwarantuje dłuższą przydatność produktów do spożycia, chroni wartości odżywcze i witaminy w nich zawarte, nie przepuszcza żadnych zapachów.

**Woreczki foliowe zamykane na strunę** – sprawdzają się w przypadku produktów przeznaczonych do mrożenia.

### Przechowywanie warzyw i owoców

Ziemniaki, nieobraną cebulę, czosnek przechowujemy w ciemnym, suchym, przewiewnym (z dobrą cyrkulacją powietrza) i chłodnym miejscu (ale nie w lodówce!). Ważne, by nie zawijać ich w torebki plastikowe, lepiej sprawdzają się tu zamykane koszyczki lub skrzynki z otworami zapewniającymi przepływ powietrza. Nie należy trzymać też ziemniaków i cebuli razem, ponieważ wtedy szybciej się psują. Obraną cebulę przechowujemy w lodówce w zamkniętym szklanym bądź plastikowym pojemniku.

**Marchew, buraki ćwikłowe, pietruszka, seler, chrzan** potrzebują chłodnego miejsca (1-4°C) o dużej wilgotności. Tutaj najlepiej sprawdzi się piwnica, jeśli jednak jej nie mamy, to wkładamy je do szuflady na warzywa w lodówce, pamiętając o regulacji odpowiedniej wilgotności. Możemy też wykorzystać specjalne pojemniki do przechowywania warzyw, które są wyposażone w wewnętrzne koszyczki, dzięki którym warzywa mają zapewnioną odpowiednią cyrkulację powietrza i odizolowane są od bezpośredniego działania wilgoci osadzającej się na ściankach pojemnika.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

**Kapusta** – usuwamy wierzchnią warstwę liści, możemy owinąć ją w papier, aby ograniczyć wysychanie, i wkładamy do szuflady na warzywa w lodówce. Co jakiś czas należy usuwać zwiędłe liście.

**Brokuły** – zawijamy je w wilgotny ręcznik papierowy i umieszczamy w lodówce tam, gdzie jest najchłodniej. Muszą trafić do lodówki jak najszybciej po zrobieniu zakupów.

**Kalafior** – odcinamy liście i korzeń i wkładamy do lodówki do szuflady na warzywa. Nie powinien być przechowywany razem z owocami, które wydzielają etylen.

**Papryka** – możemy ją przechowywać poza lodówką w chłodnym, przewiewnym miejscu, jeśli już wkładamy ją do lodówki, to do szuflady na warzywa.

**Pomidory, ogórki** czy **cukinię** najlepiej przechowywać poza lodówką. Włożone do lodówki tracą smak i szybciej się psują.

**Owoców cytrusowych** nie należy przechowywać w niskich temperaturach. Umieszczamy je poza lodówką w temperaturze powyżej 16°C, np. w misie na blacie kuchennym. To samo dotyczy ananasa i mango.

**Banany** przechowujemy także poza lodówką; jeśli chcemy spowolnić proces ich dojrzewania, trzeba owinąć ich końcówki przy kiści folią spożywczą.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



**Awokado** – całe przechowujemy poza lodówką, żeby szybciej dojrzało, możemy włożyć je do torebki razem z bananem; przekrojone awokado szybko ciemnieje, stąd warto posmarować je sokiem z cytryny, zawinąć w folię spożywczą i włożyć do lodówki.

**Jabłka i gruszki** – jeśli zamierzamy je spożyć w ciągu kilku dni, można je przechować w temperaturze pokojowej. Do dłuższego przechowywania wymagają chłodnego pomieszczenia o dość dużej wilgotności.

Pamiętaj, że owoce takie jak jabłka, gruszki, banany, awokado, mango wydzielają etylen i nie należy ich trzymać razem z innymi owocami i warzywami, ponieważ przyspieszają ich dojrzewanie i sprzyjają ich psuciu się.

### Jak układać żywność w lodówce?

Zadbaj o odpowiednie rozmieszczenie produktów w lodówce, ponieważ ułatwia to sprawne organizowanie przestrzeni oraz korzystnie wpływa na jakość przechowywanego jedzenia. Półki nie mogą być przeładowane – zapewnij przepływ powietrza między artykułami; stykające się produkty będą psuć się od siebie nawzajem. Bliżej drzwi układaj jedzenie starsze, z krótszą datą przydatności do spożycia – zjesz je jako pierwsze. Pamiętaj też, by nigdy nie wkładać do lodówki ciepłych produktów.



### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

**Górna półka, ok. 6-7°C:** Produkty mleczne (jogurty, mleko, kefir). Panujące w tym miejscu warunki sprzyjają rozwojowi dobrych bakterii kwaszących, a hamują rozwój bakterii gnilnych.

**Środkowa półka, ok. 4-5°C:** Wędliny, biały ser, potrawy przetworzone, sałatki i konserwy. Wszystkie powinny być przykryte lub przechowywane w szczelnych pojemnikach, aby nie brudziły półek lodówki (w okruszkach oraz zaciekach z wędlin i białych serów namnażają się bakterie).

**Dolna półka, ok. 2-3°C:** Surowe mięso i ryby. Warto zabezpieczyć surowe produkty przed rozprzestrzenianiem się ich zapachu oraz przed kapaniem i położyć je na talerzu lub włożyć do specjalnych pojemników.

**Szuflady na warzywa i owoce, ok. 7-8°C:** Warzywa i owoce. Tu możemy też odłożyć twarde sery dojrzewające. Jeśli myjesz owoce i warzywa, to wkładając je do lodówki, należy je starannie wytrzeć. Kropelki wody osadzają się na ściankach lodówki, a przy niskich temperaturach mogą zamarznąć, tworząc warstwę lodu.

**Drzwi:** Słoiki z przetworami, oleje roślinne, jaja. Dla produktów, które wymagają tylko lekkiego schłodzenia. Jaja można przechowywać 2-3 tygodnie, ale ważne, niemyte.





## Zasada „Gotuj mniejsze porcje”

Często gotujemy więcej ryżu, kaszy czy makaronu, a potem, gdy wyschną, nikt nie chce ich jeść. Lepiej więc dobrze zaplanować wielkość porcji, poznając wcześniej możliwości domowników.

Ważne jest też to, by wstając od stołu, mieć uczucie niedosytu, zatem nie przejadaj się, to dobre dla Twojego zdrowia i niemarnowania.

## Zasada „Zamrażaj większe porcje”

Czasami można ugotować większy obiad na kilka dni, poporcjować go i zamrozić. Praktycznie wszystkie dania można mrozić, wyjątek stanowią kasze, makarony i ziemniaki. Po rozmrożeniu zmieniają swoją konsystencję.

Można też mrozić warzywa i owoce, trzeba je wcześniej oczyścić, obrać i pokroić na kawałki, by mieć gotowe porcje do ugotowania obiadu czy upieczenia ciasta.

To samo tyczy się chleba – również mrozimy pokrojony, rano takie zamrożone kromki możemy włożyć do piekarnika na trzy minuty i mamy pachnący, świeży chleb na kanapki. Możemy także poczekać aż sam się rozmrozi – w zależności od grubości kromki rozmrażanie trwa do 30 minut.

### Dobra praktyka

Proś o zapakowanie rzeczy na wynos w restauracji – zamawiaj porcję, jaką zjesz.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

## Zasada „Suszyć jedzenie”

Co można suszyć?

Suszone grzyby wspaniale wzbogacają smak gotowanych potraw. Owoce suszone, takie jak jabłka, truskawki, porzeczki, gruszki, morele, banany, śliwki – to idealna przekąska.

Papryczka chili – suszona to uniwersalny dodatek do zup i mięs.

Zioła: tymianek, majeranek, pokrzywa, szalwia, rumianek i wiele innych. Związujemy je sznurkiem za łodygi i wieszamy liśćmi do dołu.

Suszone natki warzyw korzennych – pietruszki, marchwi, buraków, selera – są świetną przyprawą.

## Zasada „Rób kiszonki”

Kiszonki zawierają mnóstwo witamin, choćby C, B<sub>12</sub>, B<sub>6</sub>. Kisić można praktycznie wszystko, np. ogórki, kapustę, buraki, pomidory, cebulę, cytryny, jabłka. W bezodpadowej kuchni chodzi o to, by nic się nie zmarnowało, dlatego najlepsze są kiszonki z mieszanki warzyw, których mamy w nadmiarze.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

## Zasada „Rób przetwory”

Pasteryzacja w słoikach to kolejny sposób na zagospodarowanie dużych ilości warzyw i owoców, których nie jesteśmy w stanie przejeść na bieżąco.

Zazwyczaj pasteryzujemy przy użyciu cukru, który jest naturalnym konserwantem. Można też janginizować przetwory, czyli pasteryzować, dodając odrobinę soli i wody zamiast cukru. Takie przetwory są mniej kaloryczne, przez co zdrowsze. Mamy tu na myśli nie tylko dżemy, ale również soki, kompoty, sosy, ketchupy i potrawy.

## Zasada „Kompostuj”

Aż 40% odpadów domowych to odpady kuchenne, a kompostowanie to kolejny sposób ich zagospodarowania. Poprzez kompostowanie uzyskujemy najcenniejszy nawóz dla roślin, a do tego nie dopuszczamy do spalania materii organicznej w spalarni.



**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika





### Część III Dla konsumenta

Jak każdy z nas może nie marnować żywności na co dzień?

## Zasada „Dziel się jedzeniem”

Pamiętaj, że zawsze możesz podzielić się jedzeniem z potrzebującymi. Niedożywienie i głód to problem około 60 krajów świata – tak wynika z raportu Międzynarodowego Instytutu Badań nad Polityką Żywnościową (IFPRI – International Food Policy Research Institute). Jednak nie trzeba szukać daleko – według Fundacji Pomocy Dzieciom aż 160 tysięcy polskich dzieci jest niedożywionych. Wszelkie nadwyżki jedzenia, których nie jesteś w stanie skosztować czy przerobić, przekaz organizacjom charytatywnym, możesz je też zostawić w jadłodzielniach lub po prostu podzielić się ze swoimi sąsiadami albo znajomymi.

Stosując się do wszystkich powyższych zasad, robisz duży krok w kierunku bezodpadowej kuchni. Marnowanie pożywienia to nie tylko trwonienie pieniędzy, ale przede wszystkim ogromne straty zasobów naturalnych. Wyrzucając kilogram ziemniaków, marnujemy 300 litrów wody; wyrzucając kilogram wołowiny – nawet 10 tysięcy litrów wody, a dochodzi do tego jeszcze praca ludzi.

Pamiętajmy, nawet najlepsze planowanie zakupów nic nie da, jeśli nie wiemy, jak wykorzystać resztki z dnia poprzedniego.

Każdą zbędną ilość jakiegoś produktu można zmienić w pyszne danie lub smaczny dodatek do innego dania, dlatego pobawmy się w bezodpadową kuchnię.

### Zapamiętaj!

1. Planuj posiłki długofalowo.
2. Zwróć uwagę na to, co wyrzucasz, uwzględniaj tę wiedzę podczas kolejnych zakupów.
3. Każdorazowo sporządzaj listę zakupów.
4. Przechowuj produkty we właściwy sposób.
5. Pilnuj terminów przydatności produktów.
6. Przygotowuj mniejsze porcje posiłków i nie przejadaj się – jedz zdrowe, nie za duże porcje.
7. Przygotowuj dania z tego, co nie zostało zjedzone i co Ci zostało w lodówce.
8. Jeśli już kupisz za dużo żywności, mroź ją, susz, rób kiszonki i przetwory.
9. Nie wyrzucaj bezmyślnie żywności – zastanów się, czy można ją jeszcze uratować.
10. Dziel się jedzeniem.

### Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Szanuję, nie marnuję!

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

## Część IV

### Dodatki

Biogramy, przykłady,  
wzory, formularze  
i kalkulator opłat



# 1. Nasi eksperci



89

## Część IV Dodatki

Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat



### Joanna Szubielska

Menadżer Działu BHP i Zarządzania Jakością w Grupie Eurocash.

Absolwentka Politechniki Śląskiej w Gliwicach, Wydziału Mechaniczno-Technologicznego o specjalizacji technologii procesów materiałowych i systemy zarządzania jakością.

Od ponad 9 lat związana z Grupą Eurocash, pracowała zarówno w działach zajmujących się bezpieczeństwem pracowników, jak i jednostkach odpowiedzialnych za bezpieczeństwo produktów spożywczych. Od początku pandemii jako członek Sztabu ds. COVID-19 odpowiada za zapewnienie bezpiecznych warunków pracy każdemu pracownikowi Grupy Eurocash oraz zagwarantowanie bezpiecznego, nieprzerwanego łańcucha dostaw żywności.



### Małgorzata Woźna

Kierownik ds. Zapewnienia Jakości i Ochrony Środowiska w Grupie Eurocash. Absolwentka Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu (specjalność monitoring i oceny środowiskowe) oraz Podyplomowego Studium Zarządzania Jakością i Bezpieczeństwem Żywności.

Od 2009 roku związana z Grupą Eurocash w Dziale Zapewnienia Jakości i Ochrony Środowiska. Zajmuje się wdrażaniem i utrzymaniem systemów jakościowych oraz zagadnieniami ochrony środowiska. Obecnie wspiera także działania Grupy w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności.



### Marta Kukowska

Kierownik ds. CSR w Grupie Eurocash.

Ekspert w obszarze odpowiedzialnej kultury i wolontariatu. Tematyką odpowiedzialności społecznej zajmuje się od 15 lat. W Grupie Eurocash odpowiada za realizację Strategii zrównoważonego rozwoju Grupy Eurocash 2020+, raportowanie pozafinansowe, działania edukacyjne w obszarze CSR dla pracowników i Przedsiębiorców.

Współpracowała m.in. z Biurem Rzecznika Praw Obywatelskich, Fundacją Helsińską, Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum POLIN, Narodowym Instytutem Dziedzictwa, Totalizatorem Sportowym. Autorka książki „Przepis na wolontariat”.

**dr Ewa Jastrzębska**

Doktor nauk ekonomicznych zatrudniona w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Ekspertka i trenerka współpracująca z biznesem i samorządami (opracowywanie strategii, prowadzenie partycypacji, szkolenia, badania) w zakresie: społecznej odpowiedzialności, etyki biznesu i zarządzania przez wartości, partycypacji społecznej i planowania strategicznego.

Autorka ponad kilkudziesięciu publikacji z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu.

**dr Monika Zajkowska**

Adiunkt w Szkole Głównej Handlowej – Kolegium Zarządzania i Finansów, Instytut Zarządzania, Zakład Zarządzania Przedsiębiorstwem. Prezes Zarządu Hanzeatyckiego Instytutu Wspierania Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Ekspert w zakresie oceny projektów finansowanych ze środków UE w Narodowym Centrum Badań i Rozwoju (B+R), Centrum Projektów Polska Cyfrowa, Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwie Rozwoju, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Członek wielu instytucji skupiających środowisko MŚP, w tym Parlamentu Hanzeatyckiego – największej instytucji zrzeszającej małe i średnie przedsiębiorstwa w krajach nadbałtyckich.

**adwokat Agata Klima-Nowak**

W swojej działalności zawodowej już od 2005 roku skupia się na sprawach z zakresu prawa cywilnego, handlowego i gospodarczego. Pomaga przedsiębiorcom i osobom prywatnym korzystnie i bezpiecznie zarządzać ich majątkiem. Od 2013 roku prowadzi swoją własną praktykę, w ramach której pomaga mikro- i małym przedsiębiorcom, którzy – w związku z prowadzeniem działalności zawodowej i gospodarczej – muszą mieć do czynienia z przepisami prawa, sądami czy organami administracji. Ponadto obsługuje osoby, które pragną mądrze zarządzać swoimi nieruchomościami. Autorka bloga [prawodlaprzedsiebiorczych.pl](http://prawodlaprzedsiebiorczych.pl).

**Virginie Little**

Ekonomistka, ukończyła też studia podyplomowe w zakresie gospodarowania odpadami na SGH w Warszawie. Autorka licznych programów szkoleniowych na temat zero waste, zrównoważonego rozwoju oraz zmian klimatycznych. Razem z siecią Auchan we wrześniu 2017 roku wprowadziła na polskim rynku trend zakupów w hipermarketach z własnymi pojemnikami.

Od 2017 roku wraz z Fundacją alter eko organizuje jedyne w Polsce Targi Zero Waste.

Jako Francuzka, żona Amerykanina, mieszkająca kolejno w Szwecji, Polsce i Portugalii wnosi do swych szkoleń pierwiastek multikulturowości, zna też dobre praktyki z całego świata.

**Jarosław Szczygieł**

Absolwent Ochrony Środowiska Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Ekonomii Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. W latach 2014-2016 doradca ds. CSR Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. W latach 2015-2016 członek Grupy Roboczej ds. edukacji i upowszechniania CSR Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw przy Ministerstwie Gospodarki.

Fundator i prezes (od 2017 roku) Fundacji dla Edukacji Ekologicznej, w ramach której realizowane są międzynarodowe programy, m.in. Eko-Szkoły, Błękitna Flaga oraz Green Key. Ekspert, trener w licznych projektach z obszaru ekologii, edukacji ekologicznej, społecznej odpowiedzialności w biznesie (CSR).

**Małgorzata Bartkiewicz**

Trener biznesu, szkoleniowiec, coach z 15-letnim doświadczeniem. Specjalistka w dziedzinie ekologii, której pasją jest wprowadzanie ekorozwiązań do codziennego życia i zarządzanie nią innych. Od 2005 roku nieprzerwanie motywuje pracowników dużych korporacji do ekopostaw (podczas ponad 5000 godzin szkoleń). Wyznaje zasadę, że siła wewnętrzna bierze się z działania. Razem z Fundacją dla Edukacji Ekologicznej była zaangażowana we wdrożenie Green Office w biurach Grupy Eurocash. Jej artykuły o ekologicznych wyborach możecie przeczytać na stronie [naturalnieozdrowiu.pl](http://naturalnieozdrowiu.pl).

**Magdalena Masiak**

Koordynatorka ogólnopolskiego programu odbioru i dystrybucji żywności z sieci handlowych Spizarnia Caritas oraz akcji Wigilia Caritas. Od 2019 roku działa w zespole pomocy żywnościowej Caritas Polska, zajmuje się współpracą z sieciami handlowymi, w tym przygotowaniem kampanii edukacyjno-informacyjnych przeciwdziałających marnowaniu żywności.

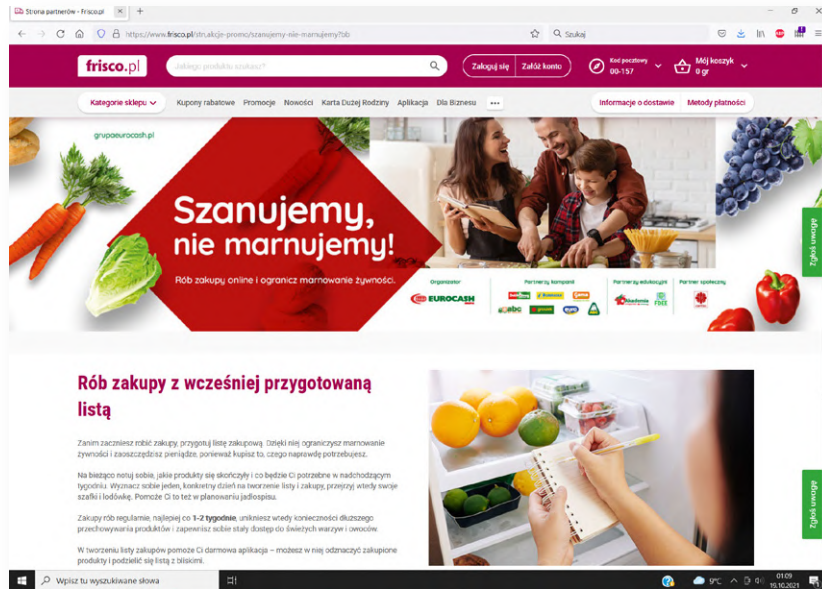
Menadżer, specjalista marketingu, koordynator projektów, instruktorka ZHR, współpracowała m.in. z IBM Polska, Fujitsu Siemens Computers, Saint-Gobain Polska, Wydawnictwem Prawniczym Lexis Nexis. Zdobyte doświadczenie wykorzystuje w kształceniu młodzieży i pracy na rzecz osób potrzebujących.

**Dagmara Kowalska**

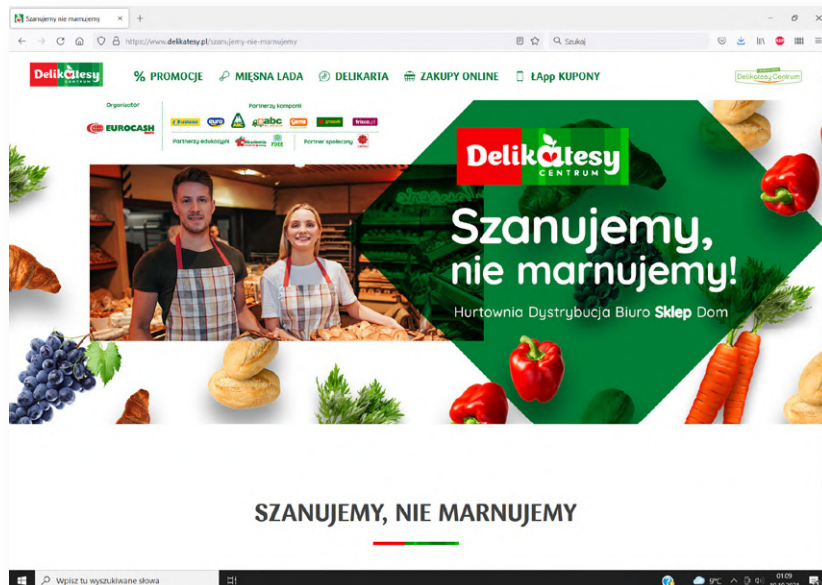
Dziennikarka lifestylowa, prezenterka radiowo-telewizyjna, na co dzień związana z radiem Chillizet. Prowadzi audycje o kulturze, motoryzacji, zdrowym życiu. Zaangażowana w działania z zakresu elektromobilności. Przeprowadziła tysiące rozmów, wywiadów, spotkań z artystami, autorami książek, twórcami trendu slow life, zero waste, z ludźmi, którym nieobce są losy naszej planety. Niepoprawna optymistka, która wierzy, że naprawianie świata można zacząć od siebie.







podstrona www  
sieci Frisco



podstrona www  
sieci Delikatesy  
Centrum

94

**Część IV**  
**Dodatki**  
Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat



grafiki do postów  
na Facebooku  
sieci Groszek



**Szanuję, nie marnuję!**  
Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

# 3. Lista Wojewódzkich Funduszy Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej



95

## Część IV Dodatki

Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat

### dolnośląskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu  
[wfosigw.wroclaw.pl](http://wfosigw.wroclaw.pl)

### kujawsko-pomorskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Toruniu  
[wfosigw.torun.pl](http://wfosigw.torun.pl)

### lubelskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Lublinie  
[www.wfos.lublin.pl](http://www.wfos.lublin.pl)

### lubuskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Zielonej Górze  
[www.wfosigw.zgora.pl](http://www.wfosigw.zgora.pl)

### łódzkie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Łodzi  
[www.wfosigw.lodz.pl](http://www.wfosigw.lodz.pl)

### małopolskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Krakowie  
[www.wfos.krakow.pl](http://www.wfos.krakow.pl)

### mazowieckie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Warszawie  
[wfosigw.pl](http://wfosigw.pl)

### opolskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Opolu  
[www.wfosigw.opole.pl](http://www.wfosigw.opole.pl)

### podkarpackie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Rzeszowie  
[www.bip.wfosigw.rzeszow.pl](http://www.bip.wfosigw.rzeszow.pl)

### podlaskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Białymstoku  
[wfosigw.bialystok.pl](http://wfosigw.bialystok.pl)

### pomorskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Gdańsku  
[wfos.gdansk.pl](http://wfos.gdansk.pl)

### śląskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Katowicach  
[www.wfosigw.katowice.pl](http://www.wfosigw.katowice.pl)

### świętokrzyskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Kielcach  
[wfos.com.pl](http://wfos.com.pl)

### warmińsko-mazurskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Olsztynie  
[wfosigw.olsztyn.pl](http://wfosigw.olsztyn.pl)

### wielkopolskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Poznaniu  
[www.wfosgw.poznan.pl](http://www.wfosgw.poznan.pl)

### zachodniopomorskie

Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej w Szczecinie  
[wfos.szczecin.pl](http://wfos.szczecin.pl)





## 5. Przykłady sprawozdań i wyliczania opłaty za zmarnowaną żywność



97

### Część IV Dodatki

Biogramy, przykłady, wzory, formularze i kalkulator opłat

### Przykład A: Powierzchnia sklepu powyżej 400 m<sup>2</sup> współpraca z OPP

Sklep „Pomelo” należący do pana Jana Nowaka ma podpisaną umowę ze Stowarzyszeniem „Czuwam” w Sieradzu. Organizacja odbiera żywność na zgłoszenie, nie obciążając sklepu żadnymi kosztami transportu. Od kwietnia na tablicy ogłoszeń sklepu wisi ulotka informacyjna o sposobach przeciwdziałania marnowaniu żywności (koszt 30 zł). Ilości likwidowanej żywności oraz tej przekazywanej do organizacji pan Jan ewidencjonuje w zbiorczym pliku Excel:

Miesiąc	Masa produktów przeterminowanych (kg)	Masa produktów uszkodzonych i innych (kg)	Łączna masa zmarnowanej żywności (kg)	Masa produktów przekazanych do organizacji (kg)	Koszt transportu (zł)	Organizacja, do której przekazano żywność
Styczeń	123	5	128	0	0	BRAK
Luty	55	0	55	0	0	BRAK
Marzec	80	2	82	12	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Kwiecień	90	15	105	35	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Maj	102	12	114	0	0	BRAK
Czerwiec	150	6	156	0	0	BRAK
Lipiec	209	10	219	13	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Sierpień	111	20	131	5	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Wrzesień	93	14	107	28	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Październik	168	0	168	45	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Listopad	120	0	120	68	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
Grudzień	87	13	100	112	0	Stowarzyszenie „Czuwam”
<b>SUMA</b>	<b>1388</b>	<b>97</b>	<b>1485</b>	<b>318</b>	<b>0</b>	



SPRAWOZDANIE O MARNOWANEJ ŻYWNOŚCI ZA 2021 rok		WOJEWÓDZKI FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA I GOSPODARKI WODNEJ W ŁODZI			
<b>I. Dane sprzedawcy żywności</b>					
Imię i nazwisko / nazwa podmiotu Jan Nowak / Pomelo					
Powierzchnia sprzedaży (m <sup>2</sup> ) 450 m <sup>2</sup>					
Adres miejsca zamieszkania / adres siedziby					
Województwo łódzkie			Miejscowość Sieradz		
Kod pocztowy	Ulica	Nr domu	Nr lokalu		
98-200	Piłsudskiego	8	1		
NIP 6661545750					
REGON 666721344					
<b>II. Dane dotyczące całkowitej masy marnowanej żywności oraz wysokości opłaty za marnowanie żywności</b>					
A. Całkowita masa marnowanej żywności (kg)	B. Wysokość opłaty za marnowanie żywności (zł)	C. Koszty poniesione na kampanie edukacyjno-informacyjne, o które pomniejszono opłatę (zł)	D. Koszty wykonania umowy, o które pomniejszono opłatę (zł)	E. Wysokość należnej opłaty (zł)	F. Wysokość opłaty wpłaconej na rachunek bankowy wojewódzkiego funduszu ochrony środowiska i gospodarki wodnej (zł)
1485 kg	133,65 zł	26,73 zł	0 zł	106,92 zł	0 zł
<b>III. Dane osoby wypełniającej sprawozdanie</b>					
Imię Jan			Nazwisko Nowak		
Telefon służbowy: 500 000 000		Faks służbowy:		E- mail służbowy: j_nowak@xd.pl	
Data 24.03.2022			Podpis <i>J. Nowak</i>		

Na podstawie informacji o ilości przeterminowanej żywności opłata za 2021 rok wyniesie:

$$B = 0,9 \times A \times 0,10 \text{ zł/kg} = 0,9 \times 1485 \text{ kg} \times 0,10 \text{ zł/kg} = 133,65 \text{ zł}$$

$$E = B - C - D = 133,65 \text{ zł} - 26,73 \text{ zł} - 0 \text{ zł} = 106,92 \text{ zł}$$

20% opłaty za marnowanie żywności wyniosła 26,73 zł, dlatego pan Jan odliczył tę kwotę, jako koszty poniesione na kampanię. Kwota nie przekracza 300 zł, dlatego pan Jan nie będzie uiszczzał opłaty do Stowarzyszenia „Czuwam”.

Do 31 marca 2022 roku prześle jednak sprawozdanie o marnowanej żywności do Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Łodzi.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika





## Przykład B: Powierzchnia sklepu powyżej 400 m<sup>2</sup>, brak współpracy z OPP

Sklep „U Tadzika” należący do pana Tadeusza Kowalskiego nie ma podpisanej umowy z żadną organizacją pożytku publicznego – niestety w okolicy nie działa taka, która mogłaby odbierać żywność.

W okresie wakacyjnym przy kasach pan Tadeusz umieścił plakat z informacjami o sposobach przeciwdziałania marnowaniu żywności (koszt 42 zł).

Ilości likwidowanej żywności ewidencjonuje w zbiorczym pliku Excel:

Miesiąc	Masa produktów przeterminowanych (kg)	Masa produktów uszkodzonych i inne (kg)	Łączna masa zmarnowanej żywności (kg)	Organizacja, do której przekazano żywność
Styczeń	291	25	316	BRAK
Luty	257	4	261	BRAK
Marzec	283	5	288	BRAK
Kwiecień	312	19	331	BRAK
Maj	255	2	257	BRAK
Czerwiec	276	26	302	BRAK
Lipiec	262	11	273	BRAK
Sierpień	288	3	291	BRAK
Wrzesień	352	18	370	BRAK
Październik	483	12	495	BRAK
Listopad	449	5	454	BRAK
Grudzień	327	25	352	BRAK
<b>SUMA</b>	<b>3835</b>	<b>155</b>	<b>3990</b>	



100

**Część IV  
Dodatki**Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat

<b>SPRAWOZDANIE O MARNOWANEJ ŻYWNOŚCI ZA 2021 rok</b>		<b>WOJEWÓDZKI FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA I GOSPODARKI WODNEJ W BIAŁYMSTOKU</b>			
<b>I. Dane sprzedawcy żywności</b>					
Imię i nazwisko / nazwa podmiotu Tadeusz Kowalski / U Tadzika					
Powierzchnia sprzedaży (m <sup>2</sup> ) 474 m <sup>2</sup>					
Adres miejsca zamieszkania / adres siedziby					
Województwo podlaskie			Miejscowość Sejny		
Kod pocztowy	Ulica	Nr domu	Nr lokalu		
16- 506	Wojska Polskiego	21	1		
NIP 6661545750					
REGON 666721344					
<b>II. Dane dotyczące całkowitej masy marnowanej żywności oraz wysokości opłaty za marnowanie żywności</b>					
A. Całkowita masa marnowanej żywności (kg)	B. Wysokość opłaty za marnowanie żywności (zł)	C. Koszty poniesione na kampanie edukacyjno-informacyjne, o które pomniejszono opłatę (zł)	D. Koszty wykonania umowy, o które pomniejszono opłatę (zł)	E. Wysokość należnej opłaty (zł)	F. Wysokość opłaty wpłaconej na rachunek bankowy wojewódzkiego funduszu ochrony środowiska i gospodarki wodnej (zł)
3990 kg	359,10 zł	42 zł	0 zł	317,10 zł	317,10 zł
<b>III. Dane osoby wypełniającej sprawozdanie</b>					
Imię Tadeusz			Nazwisko Kowalski		
Telefon służbowy: 500 000 888		Faks służbowy:		E- mail służbowy: t_kowalski@xd.pl	
Data 21.03.2022			Podpis T. Kowalski		

Na podstawie informacji o ilości przeterminowanej żywności opłata za 2021 rok wyniesie:

$$B = 0,9 \times A \times 0,10 \text{ zł/kg} = 0,9 \times$$

$$3990 \text{ kg} \times 0,10 \text{ zł/kg} = 359,10 \text{ zł}$$

$$E = B - C - D = 359,10 \text{ zł} - 42 \text{ zł} - 0 \text{ zł} = 317,10 \text{ zł}$$

Kwota przekracza 300 zł, dlatego pan Tadeusz jest zobowiązany do uiszczenia opłaty za marnowanie żywności. Ponieważ nie współpracuje on z żadną organizacją, opłata zostanie przekazana na konto Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Białymstoku do 30 kwietnia 2022 roku.

Do 31 marca 2022 r. prześle tam również sprawozdanie o marnowanej żywności.

**Szanuję, nie marnuję!**Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Przykład C: Powierzchnia sklepu powyżej 250 m<sup>2</sup>, współpraca z OPP

Sklep „Mariolka”, prowadzony przez panią Mariolę Wiśniewską, regularnie oddaje żywność Fundacji Pomagaj w Rykach. Każdemu transportowi towarzyszy dodatkowa opłata w wysokości 2 zł.

Od września przy wejściu do sklepu wisi plakat z informacjami o sposobach przeciwdziałania marnowaniu żywności (koszt 25 zł). Ilości likwidowanej i przekazanej żywności pani Mariola ewidencjonuje w zbiorczym pliku Excel:

Miesiąc	Masa produktów przeterminowanych (kg)	Masa produktów uszkodzonych i inne (kg)	Łączna masa zmarnowanej żywności (kg)	Masa produktów przekazanych do organizacji (kg)	Koszt transportu (zł)	Organizacja, do której przekazano żywność
Styczeń	350	158	508	0	0	BRAK
Luty	410	166	576	0	0	BRAK
Marzec	459	102	561	12	2	Fundacja Pomagaj
Kwiecień	233	165	398	35	4	Fundacja Pomagaj
Maj	369	156	525	10	2	Fundacja Pomagaj
Czerwiec	580	115	695	5	2	Fundacja Pomagaj
Lipiec	510	204	714	13	2	Fundacja Pomagaj
Sierpień	285	201	486	5	2	Fundacja Pomagaj
Wrzesień do 18.09.2021	32	82	114	12	2	Fundacja Pomagaj
Wrzesień od 19.09.2021	685	246	931	10	2	Fundacja Pomagaj
Październik	712	257	969	17	4	Fundacja Pomagaj
Listopad	729	259	988	56	6	Fundacja Pomagaj
Grudzień	732	265	997	15	2	Fundacja Pomagaj
<b>SUMA</b>	<b>2858</b>	<b>1027</b>	<b>3885</b>	<b>98</b>	<b>14</b>	



SPRAWOZDANIE O MARNOWANEJ ŻYWNOŚCI ZA 2021 rok		WOJEWÓDZKI FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA I GOSPODARKI WODNEJ W LUBLINIE			
<b>I. Dane sprzedawcy żywności</b>					
Imię i nazwisko / nazwa podmiotu Mariola Wiśniewska / Mariolka					
Powierzchnia sprzedaży (m <sup>2</sup> ) 261 m <sup>2</sup>					
Adres miejsca zamieszkania / adres siedziby					
Województwo lubelskie			Miejscowość Ryki		
Kod pocztowy	Ulica	Nr domu	Nr lokalu		
08- 500	Janiszewska	33	1		
NIP 6661545750					
REGON 666721344					
<b>II. Dane dotyczące całkowitej masy marnowanej żywności oraz wysokości opłaty za marnowanie żywności</b>					
A. Całkowita masa marnowanej żywności (kg)	B. Wysokość opłaty za marnowanie żywności (zł)	C. Koszty poniesione na kampanie edukacyjno-informacyjne, o które pomniejszono opłatę (zł)	D. Koszty wykonania umowy, o które pomniejszono opłatę (zł)	E. Wysokość należnej opłaty (zł)	F. Wysokość opłaty wpłaconej na rachunek bankowy funduszu wojewódzkiego ochrony środowiska i gospodarki wodnej (zł)
3885 kg	349,65 zł	25 zł	14 zł	310,65 zł	0 zł
<b>III. Dane osoby wypełniającej sprawozdanie</b>					
Imię Mariola			Nazwisko Wiśniewska		
Telefon służbowy: 600 000 000		Faks służbowy:		E- mail służbowy: m_wisniewska@xd.pl	
Data 19.03.2022			Podpis <b>M. Wiśniewska</b>		

Do opłaty za 2021 rok zostaną wliczone ilości zmarnowanej żywności od 19.09.2021 roku:

$$B = 0,9 \times A \times 0,10 \text{ zł/kg} = 0,9 \times 3885 \text{ kg} \times 0,10 \text{ zł/kg} = 349,65 \text{ zł}$$

$$E = B - C - D = 349,65 \text{ zł} - 25 \text{ zł} - 14 \text{ zł} = 310,65 \text{ zł}$$

Kwota przekracza 300 zł, dlatego pani Mariola jest zobowiązana do uiszczenia opłaty za marnowanie żywności. Ponieważ współpracuje ona z Fundacją Pomagaj, opłata zostanie przekazana na konto Fundacji do 30 kwietnia 2022 roku.

Natomiast do 31 marca 2022 roku pani Mariola prześle sprawozdanie o marnowanej żywności do Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Lublinie.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika



## Przykład D: 3 sklepy w 2 różnych województwach, współpraca z OPP

Pan Michał Przedsiębiorczy zarządza 3 sklepami „Ślimak” – w Tarnowie, Pilźnie (woj. podkarpackie) oraz Brzesku (woj. małopolskie). Sklepy oddają regularnie żywność Stowarzyszeniu Bliżej oraz Fundacji Razem. Transportowi nie towarzyszy dodatkowa opłata. Od października w każdym sklepie przy kasach dostępne są ulotki z informacjami o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności (łącznie 120 zł, czyli 40 zł na sklep). Pan Michał prowadzi zbiorcze zestawienie likwidowanych i oddawanych produktów.

Sklep	Powierzchnia (m <sup>2</sup> )	Łączna masa zmarnowanej żywności (kg)	Masa produktów przekazanych do organizacji (kg)	Organizacja, do której przekazano żywność
Pilzno	412	3855	315	Fundacja Razem
Tarnów	459	2165	112	Fundacja Razem
Brzesko	405	2985	216	Stowarzyszenie Bliżej
<b>SUMA</b>		<b>9005</b>	<b>643</b>	



SPRAWOZDANIE O MARNOWANEJ ŻYWNOŚCI ZA 2021 rok		WOJEWÓDZKI FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA I GOSPODARKI WODNEJ W KRAKOWIE			
<b>I. Dane sprzedawcy żywności</b>					
Imię i nazwisko / nazwa podmiotu Michał Przedsiębiorczy / Ślimak					
Powierzchnia sprzedaży (m <sup>2</sup> ) 864 m <sup>2</sup>					
Adres miejsca zamieszkania / adres siedziby					
Województwo małopolskie			Miejscowość Brzesko		
Kod pocztowy	Ulica	Nr domu	Nr lokalu		
32-800	Kościuszki	28	1		
NIP 7158962482					
REGON 689321142					
<b>II. Dane dotyczące całkowitej masy marnowanej żywności oraz wysokości opłaty za marnowanie żywności</b>					
A. Całkowita masa marnowanej żywności (kg)	B. Wysokość opłaty za marnowanie żywności (zł)	C. Koszty poniesione na kampanie edukacyjno-informacyjne, o które pomniejszono opłatę (zł)	D. Koszty wykonania umowy, o które pomniejszono opłatę (zł)	E. Wysokość należnej opłaty (zł)	F. Wysokość opłaty wpłaconej na rachunek bankowy wojewódzkiego funduszu ochrony środowiska i gospodarki wodnej (zł)
5150 kg	463,50 zł	80 zł	0 zł	383,50 zł	0 zł
<b>III. Dane osoby wypełniające sprawozdanie</b>					
Imię Michał			Nazwisko Przedsiębiorczy		
Telefon służbowy: 700 000 000		Faks służbowy:		E- mail służbowy: m_przedsiębiorczy@xd.pl	
Data 19.03.2022			Podpis M. Przedsiębiorczy		

Na podstawie informacji o ilości zmarnowanej żywności I część opłaty za 2021 rok (woj. małopolskie) wyniesie:  
 $B = 0,9 \times A \times 0,10 \text{ zł/kg} = 0,9 \times 5150 \text{ kg} \times 0,10 \text{ zł/kg} = 363,50 \text{ zł}$   
 $E = B - C - D = 463,50 \text{ zł} - 80 \text{ zł} - 0 \text{ zł} = 383,50 \text{ zł}$

Kwota przekracza 300 zł, dlatego pan Michał jest zobowiązany do uiszczenia opłaty za marnowanie żywności do 30 kwietnia 2022 roku.

### Uwaga!

W rubryce powierzchnia jest ujęta suma powierzchni obu sklepów z woj. małopolskiego.

W rubryce II.A. sprawozdania jest ujęta suma zmarnowanej żywności z obu sklepów.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika





SPRAWOZDANIE O MARNOWANEJ ŻYWNOŚCI ZA 2021 rok		WOJEWÓDZKI FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA I GOSPODARKI WODNEJ W RZESZOWIE			
<b>I. Dane sprzedawcy żywności</b>					
Imię i nazwisko / nazwa podmiotu Michał Przedsiębiorczy / Ślimak					
Powierzchnia sprzedaży (m <sup>2</sup> ) 412 m <sup>2</sup>					
Adres miejsca zamieszkania / adres siedziby					
Województwo małopolskie			Miejscowość Brzesko		
Kod pocztowy	Ulica	Nr domu	Nr lokalu		
32-800	Kościuszki	28	1		
NIP 7158962482					
REGON 689321142					
<b>II. Dane dotyczące całkowitej masy marnowanej żywności oraz wysokości opłaty za marnowanie żywności</b>					
A. Całkowita masa marnowanej żywności (kg)	B. Wysokość opłaty za marnowanie żywności (zł)	C. Koszty poniesione na kampanie edukacyjno-informacyjne, o które pomniejszono opłatę (zł)	D. Koszty wykonania umowy, o które pomniejszono opłatę (zł)	E. Wysokość należnej opłaty (zł)	F. Wysokość opłaty wpłaconej na rachunek bankowy wojewódzkiego funduszu ochrony środowiska i gospodarki wodnej (zł)
3855 kg	346,95 zł	40 zł	0 zł	306,95 zł	0 zł
<b>III. Dane osoby wypełniającej sprawozdanie</b>					
Imię Michał			Nazwisko Przedsiębiorczy		
Telefon służbowy: 700 000 000		Faks służbowy:		E-mail służbowy: m_przedsiębiorczy@xd.pl	
Data 19.03.2022			Podpis M. Przedsiębiorczy		

II część opłaty (woj. podkarpackie) wyniesie:

$$B = 0,9 \times A \times 0,10 \text{ zł/kg} = 0,9 \times 3855 \text{ kg} \times 0,10 \text{ zł/kg} = 346,55 \text{ zł}$$

$$E = B - C - D = 346,55 \text{ zł} - 40 \text{ zł} - 0 \text{ zł} = 306,95 \text{ zł}$$

Ponieważ współpracuje on z dwiema organizacjami, całkowitą opłatę (czyli sumę z obydwu województw) należy podzielić proporcjonalnie do ilości odbieranej żywności:

- Fundacja Razem (66,4%) – **458,46 zł**
- Stowarzyszenie Bliżej (33,6%) – **231,99 zł**

Ponieważ sklepy znajdują się w różnych województwach, do 31 marca 2022 roku pan Michał prześle 2 sprawozdania o marnowanej żywności – do Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Rzeszowie oraz w Krakowie.

**Szanuję, nie marnuję!**

Podręcznik dla odpowiedzialnego  
Przedsiębiorcy i pracownika

# 6. Umowa o współpracy w zakresie niemarnowania żywności – wzór



106

## Część IV Dodatki

Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat



Pobierz umowę w pliku  
Word do druku

### Umowa o współpracy w zakresie niemarnowania żywności nr

zawarta w dniu..... roku w..... pomiędzy:

PRZEDSIĘBIORCĄ – dane

zwanym dalej: „PRZEDSIĘBIORCĄ”, reprezentowanym przez:

- imię i nazwisko

a

ORGANIZACJĄ – dane .

reprezentowaną przez:

- imię i nazwisko

zwaną dalej „ORGANIZACJĄ”,

zwanymi dalej oddzielnie „Stroną”, a łącznie „Stronami”.

### § 1

ORGANIZACJA oraz PRZEDSIĘBIORCA deklarują wolę dobrowolnego współdziałania w przeciwdziałaniu marnowaniu żywności i realizacji zadań i obowiązków wynikających z ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności (zwanej dalej Ustawą).



Niniejszą Umową strony określają zasady przekazywania żywności spełniającej wymogi prawa żywnościowego, w tym określone w rozporządzeniu (WE) nr 178/2002, a nieprzeznaczonej do sprzedaży, w szczególności ze względu na wady wyglądu tej żywności albo jej opakowań, z przeznaczeniem na wykonywanie przez ORGANIZACJĘ zadań w zakresie określonym w art. 2 pkt 2 Ustawy.

ORGANIZACJA oświadcza, że jest Organizacją Pożytku Publicznego (OPP) w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (tj. Dz. U. z 2018 r. poz. 450), której celem statutowym jest między innymi wykonywanie zadań publicznych w zakresie pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób, wspierania rodziny i systemu pieczy zastępczej oraz działalności charytatywnej, polegającej w szczególności na przekazywaniu żywności osobom potrzebującym lub prowadzeniu zakładów żywienia zbiorowego dla osób potrzebujących.

ORGANIZACJA zobowiązuje się powiadomić PRZEDSIĘBIORCĘ niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie 3 dni, o utracie bądź toczącym się postępowaniu w przedmiocie utraty statusu OPP. Utrata przez ORGANIZACJĘ statusu OPP upoważnia PRZEDSIĘBIORCĘ do wypowiedzenia niniejszej umowy ze skutkiem natychmiastowym.

## § 2

ORGANIZACJA zobowiązuje się do:

- a) wykorzystania otrzymanych nieodpłatnie towarów wyłącznie na cele prowadzonej przez siebie działalności statutowej określonej w § 1 ust. 2,
- b) prowadzenia wymaganej przepisami dokumentacji potwierdzającej przeznaczenie otrzymanych towarów na cele prowadzonej przez siebie statutowej działalności charytatywnej określonej w § 1 ust. 2,



- c) monitorowania wykorzystania darowizn na cele działalności statutowej określonej w § 1 ust. 2 (tzn. kontrolowania, czy przedmioty darowizn są wykorzystywane na cele działalności statutowej),
- d) zapewnienia bezpieczeństwa otrzymanej żywności, tj. jej odbioru zgodnie z Protokołem przekazania, stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy, przechowywania oraz dystrybucji zgodnie z wymogami obowiązującego prawa, w tym sanitarno-epidemicznymi,
- e) nieodpłatnego zapewnienia PRZEDSIĘBIORCY materiałów edukacyjno-informacyjnych niezbędnych do przeprowadzenia u PRZEDSIĘBIORCY kampanii edukacyjno-informacyjnej w zakresie określonym w § 4 Ustawy.

PRZEDSIĘBIORCA zobowiązuje się do:

- a) nieodpłatnego przekazywania ORGANIZACJI produktów żywnościowych z terminem zdatności do spożycia wynoszącym co najmniej 2 dni w dniu odbioru (dopuszczony jest krótszy termin przydatności do spożycia po wcześniejszych ustaleniach), spełniających wymogi bezpieczeństwa, wynikające z przepisów prawa powszechnie obowiązującego, w tym ustawy z dnia 25.08.2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (tj. Dz.U. 2017 poz. 149) z przeznaczeniem jej na wykonywanie przez ORGANIZACJĘ zadań określonych w § 1. ust. 2 umowy,
- b) przesyłania zestawień miesięcznych zawierających informację o przekazywanej żywności (data przekazania, numer dokumentu, waga, wartość brutto) w terminie 15 dni liczonych od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, za który sporządzono zbiorcze zestawienie,
- c) każdorazowego przygotowywania wykazu przekazywanej żywności, który powinien zawierać m.in. datę, numer dokumentu, dane odbiorcy żywności ze strony ORGANIZACJI, wyszczególnione produkty, sumaryczną wagę, wartość brutto.

### § 3

1. Przekazanie towarów spożywczych odbywać się będzie w sklepie, hurtowni lub centrum dystrybucyjnym wskazanym przez PRZEDSIĘBIORCĘ co najmniej na dwa dni przed upływem terminu przydatności tych towarów do spożycia.



2. ORGANIZACJA ponosi wszelkie koszty odbioru i dystrybucji przekazanej przez PRZEDSIĘBIORCĘ żywności.
3. Każde nieodpłatne przekazanie żywności przez PRZEDSIĘBIORCĘ do ORGANIZACJI potwierdzone jest protokołem przekazania żywności – Załącznik nr 1 – wraz z wykazem przekazanej żywności, o którym mowa w § 2. ust. 2 lit. c) Umowy.
4. Wielkość nieodpłatnego przekazania żywności i częstotliwość przekazywania żywności oraz sposób, w jaki produkty zostaną przygotowane do odbioru i inne warunki przekazania żywności będą uzgodnione przez przedstawiciela PRZEDSIĘBIORCY z przedstawicielem ORGANIZACJI, wskazanymi w Załączniku nr 2 do Umowy. W przypadku zmian obiektów, tj. w przypadku pojawienia się nowych, zamknięcia obecnych, Strony niezwłocznie zawrą aneks do Umowy w postaci zmiany Załącznika nr 2. Każda zmiana danych kontaktowych ze strony ORGANIZACJI wymaga uprzedniego poinformowania PRZEDSIĘBIORCY i przysłania uaktualnionej listy osób kontaktowych w formie wiadomości e-mail na adres: ..... Każda zmiana danych kontaktowych ze strony PRZEDSIĘBIORCY wymaga uprzedniego poinformowania ORGANIZACJI i przysłania uaktualnionej listy osób kontaktowych w formie wiadomości e-mail na adres: .....
5. ORGANIZACJA może zrezygnować z odbioru żywności lub odpowiednio odmówić jej odbioru, jeśli uzna, że nie jest w stanie zagospodarować wskazanego asortymentu produktów w sposób gwarantujący wykorzystanie żywności w terminie przydatności do spożycia. Rezygnacja winna być przekazana danemu obiektowi PRZEDSIĘBIORCY (mailowo na dane kontaktowe wskazane w Załączniku nr 2) niezwłocznie od otrzymania od PRZEDSIĘBIORCY informacji o możliwości odbioru produktów żywnościowych.
6. Każdorazowo odbierając przekazywaną żywność, przedstawiciel ORGANIZACJI zobowiązany jest do okazania legitymacji, która będzie potwierdzała jego umocowanie do odbioru żywności w imieniu ORGANIZACJI, której wzór stanowi Załącznik nr 3 do Umowy, oraz do oceny stanu fizycznego i potwierdzenia terminu przydatności do spożycia przekazywanej żywności.



7. Każdorazowo pomiędzy ORGANIZACJĄ a PRZEDSIĘBIORCĄ sporządzany będzie Protokół przekazania, stanowiący Załącznik nr 1 do Umowy, wraz z wykazem przekazywanej żywności, o którym mowa w § 2 ust. 2 pkt c), który będzie podpisany przez upoważnionego przedstawiciela ORGANIZACJI i PRZEDSIĘBIORCY. Protokół przekazania wraz z listą przekazywanych towarów stanowi podstawę do wyliczania wartości darowizny w zakresie nieodpłatnego przekazania żywności.
8. Odebranie towarów i podpisanie Protokołu przekazania oznacza, że ORGANIZACJA przyjmuje darowiznę w postaci odebranych produktów spożywczych oraz że nie zgłasza zastrzeżeń do jakości przyjmowanych produktów i potwierdza ich przydatność do spożycia.
9. Z chwilą odbioru artykułów żywnościowych ORGANIZACJA przejmuje odpowiedzialność za szeroko rozumiane bezpieczeństwo otrzymanej żywności, w szczególności za jej odbiór w odpowiednich warunkach chłodniczych, transport w warunkach zapewniających bezpieczeństwo żywności, magazynowanie oraz dystrybucję zgodnie z wymogami sanitarno-epidemicznymi. Z chwilą przekazania artykułów żywnościowych kończy się odpowiedzialność PRZEDSIĘBIORCY za ich stan oraz przydatność do spożycia.
10. Strony mogą informować w mediach o swojej współpracy w ramach przedmiotowej umowy po uzyskaniu uprzedniej pisemnej zgody drugiej Strony oraz wcześniejszym pisemnym zatwierdzeniu treści informacji. Każdorazowo wymagana jest pisemna zgoda na użycie znaków firmowych. Informacja nie może mieć charakteru reklamy.
11. W trakcie obowiązywania niniejszej umowy i po jej zakończeniu ORGANIZACJA zobowiązuje się do poufnego traktowania wszelkich informacji dotyczących PRZEDSIĘBIORCY i jego przedsiębiorstwa uzyskanych w związku z wykonywaniem niniejszej umowy.





#### § 4

Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas nieoznaczony, z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego. Każdej ze Stron przysługuje prawo do jej rozwiązania bez zachowania okresu wypowiedzenia w razie istotnego jej naruszenia przez drugą Stronę bądź naruszenia jej dobrego imienia.

Umowa wchodzi w życie z dniem podpisania umowy przez Strony.

Załączniki do Umowy stanowią jej integralną część.

Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej umowy wymagają pisemnej formy pod rygorem nieważności.

Wszelkie spory związane z realizacją niniejszej Umowy Strony zobowiązują się w pierwszej kolejności rozwiązywać polubownie. W razie braku porozumienia Stron właściwym dla rozstrzygnięcia wszelkich sporów będzie sąd właściwy ze względu na siedzibę PRZEDSIĘBIORCY.

W sprawach nieuregulowanych odpowiednie zastosowanie mają przepisy prawa powszechnie obowiązującego. Prawem właściwym dla oceny postanowień niniejszej umowy jest prawo polskie.

W przypadku nieważności lub bezskuteczności jakiegokolwiek postanowienia niniejszej umowy nie czyni to pozostałej części umowy nieważną lub bezskuteczną. Strony mają obowiązek zastąpić nieważne lub bezskuteczne postanowienie postanowieniem ważnym lub odpowiednio skutecznym, które jak najbliżej oddaje ich wspólny zamiar w chwili zawierania umowy.

Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.



Niniejsza umowa obejmuje całość uzgodnień pomiędzy Stronami i zastępuje wszelkie wcześniejsze negocjacje, oświadczenia, porozumienia i umowy pomiędzy nimi, pisemne i ustne, dotyczące przedmiotu niniejszej umowy.

ORGANIZACJA

PRZEDSIĘBIORCA

(data, podpis, pieczęć)

(data, podpis, pieczęć)

Załączniki:

Wzór protokołu przekazania żywności

Wykaz obiektów i osób kontaktowych ze strony PRZEDSIĘBIORCY i ORGANIZACJI

Wzór legitymacji przedstawiciela ORGANIZACJI upoważnionego do odbioru żywności od PRZEDSIĘBIORCY

Aktualny KRS ORGANIZACJI

Rodzaj przekazywanej żywności - wykaz artykułów

# 7. Protokół przekazania żywności – wzór



113

## Część IV Dodatki

Biogramy, przykłady, wzory,  
formularze i kalkulator opłat



Pobierz protokół w pliku  
Word do druku

### Obdarowany

ORGANIZACJA

ul. ....

.....

NIP .....

### Darczyńca

PRZEDSIĘBIORCA

ul. ....

.....

NIP .....

Adres sklepu/hurtowni/centrum dystrybucyjnego

ul. ....

.....

.....  
Miejscowość, data

### Protokół przekazania nr ..... r. z dnia ..... r.

Działając jako osoba upoważniona przez ORGANIZACJĘ do odbioru od PRZEDSIĘBIORCY żywności, nieodpłatnie przekazanej przez PRZEDSIĘBIORCĘ na rzecz ORGANIZACJI, oświadczam, że w dniu ..... zostały mi przekazane artykuły żywnościowe wskazane szczegółowo w załączniku do niniejszego protokołu przekazania, które sprawdziłem, nie zgłaszam zastrzeżeń do ich jakości i potwierdzam ich przydatność do spożycia.

Jednocześnie potwierdzam, że ORGANIZACJA ma status Organizacji Pożytku Publicznego w rozumieniu ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie oraz że otrzymaną bezpłatnie darowiznę przeznaczy na cele wskazane w art. 2 pkt 2 ustawy z dnia 19 lipca 2019 roku o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności.

Za PRZEDSIĘBIORCĘ

Za ORGANIZACJĘ



Podręcznik powstał w ramach kampanii „Szanujemy, nie marnujemy!” organizowanej przez Grupę Eurocash.

**koncepcja, tekst i redakcja:** Marta Kukowska, Małgorzata Woźna (Grupa Eurocash)

**nadzór merytoryczny:** Joanna Szubielska (Grupa Eurocash)

**konsultacja:** dr Ewa Jastrzębska (SGH), dr Monika Zajkowska (SGH), adwokat Agata Klima-Nowak, Edyta Sudoł, Virginie Little (Little Greenfinity, FDEE), Jarosław Szczygieł (FDEE), Małgorzata Bartkiewicz (FDEE), Magdalena Masiak (Caritas)

**współpraca:** Jędrzej Gołowski (abc na kołach), Tomasz Duda (Frisco), Katarzyna Długa (PSH Lewiatan), Tomasz Bazan, Małgorzata Wojt, Mariusz Sowa, Klaudia Galanta (Delikatesy Centrum), Małgorzata Więch, Monika Drozdowska (PSD Gama), Amanda Krzesiak-Szpilewska (Groszek), Ewelina Kargol-Szafraniec (Euro Sklep), Radosław Czapczyk, Bogna Jędrzejewska (Eurocash Cash & Carry, ABC), Agata Wrzecionowska-Dzierba, Karolina Przybyszewska, Zofia Komala (Akademia Umiejętności Eurocash), Ewa Łukasik (Grupa Eurocash)

**redakcja techniczna:** Joanna Grzybowska

**korekty:** Joanna Grzybowska, Iwona Romaniuk

**skład:** Agnieszka Władyka (Studio Papierówka)

**projekt i koordynacja:** Paweł Iwaniuk, Michał Kalinowski (Work Brothers)

© Grupa Eurocash, październik 2021

ISBN

ISBN 978-83-963112-0-7



Szanujemy, nie marnujemy i nie drukujemy! – podręcznik powstał tylko w wersji elektronicznej, by ograniczyć zużycie papieru.