



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Δράση Δ.2. Μεταφορά γνώσεων, αναπαραγωγή και δικτύωση ΕΚΘΕΣΗ

Action D.2. Transfer of knowledge, replication and networking

Η παρούσα έκθεση εκπονήθηκε από την Opinion and Action Services Ltd – εταίρο στο έργο LIFE19/GIE/CY/001166 με τίτλο "Εκστρατεία Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων στην Κύπρο». Το έργο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο του προγράμματος LIFE.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



@foodprintcy



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

SUMMARY in English

The FOODprint campaign developed the D.2.1. «Transfer of Knowledge and Replication Plan and implemented it through a series of the D.2.2. Networking Activities.

The aim of this Plan was to transfer knowledge and offer solutions to a wide range of stakeholders who would like to implement similar communication and awareness-raising actions on issues related to reducing food waste.

The FOODprint campaign contacted public and private bodies, organizations and NGOs, both in Cyprus and in the rest of the European Union.

This Plan has included knowledge gained from the FOODprint campaign and other initiatives in the EU, as well as lessons learned on how the activities and products of the campaign can be used by other stakeholders.

Attached is the list of the Networking Activities already conducted and provided the opportunity to transfer knowledge of the FOODprint campaign.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



@foodprintcy



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Contents

Εισαγωγή: Η εκστρατεία Foodprint.....	4
Προκλήσεις και στόχοι.....	5
Επιπτώσεις από την σπατάλη τροφίμων.....	6
Σπατάλη τροφίμων.....	7
Οι τρεις πιο σπάταλες χώρες στην ΕΕ.....	8
Πρόσφατες έρευνες.....	9
Έρευνες στην Κύπρο.....	9
Στόχος εκστρατείας FOODprint.....	12
Το Σχέδιο Μεταφοράς Γνώσης.....	12
Στρατηγική επικοινωνίας.....	15
Έρευνες - τι μάθαμε!.....	16
Έρευνα σε επιχειρήσεις.....	17
Οργανικά απόβλητα και κομποστοποίηση.....	17
Take away/Delivery/Dine in.....	17
Διαχείριση φαγητού.....	19
Ομάδες – στόχος.....	19
Εργαλεία επικοινωνίας.....	19
Το μήνυμα.....	22
Τηλεοπτικά μηνύματα.....	22
Δημοσιογραφική προσέγγιση.....	26
Βέλτιστη αξιοποίηση των μέσων.....	27
Ανάπτυξη δραστηριοτήτων.....	28
Το FOODprint δίνει «σκυτάλη».....	28
Χειροπιαστά αποτελέσματα.....	29
Οικειοποίηση – κινητοποίηση.....	30
Σύνοψη.....	33



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Παραρτήματα:	35
Παράρτημα 1: Κατάλογος δραστηριοτήτων	35
Δικτύωση, Μεταφορά Γνώσεων και Αναπαραγωγής αποτελεσμάτων εκστρατείας FOODprint στην Κύπρο και την Ευρώπη	35
Παράρτημα 2: Παρουσίαση Ελληνικά	35
Παράρτημα 3: Παρουσίαση Αγγλικά	35
Δράσεις FOODprint – φωτογραφικό υλικό	35



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



@foodprintcy



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Εισαγωγή: Η εκστρατεία Foodprint

Η εκστρατεία FOODprint είναι ένα πρόγραμμα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης για την σπατάλη τροφίμων και την ανάγκη μείωσης της. Είναι η πρώτη που έγινε ποτέ στην Κύπρο. Συγχρηματοδοτείται από την ΕΕ - πρόγραμμα Life και με ιδίους πόρους των φορέων που το υλοποιούν.

Προϋπολογισμός: 1.018.869€

Συνεισφορά ΕΕ: 54,25% (552.736€)

Διάρκεια: 32 μήνες

Η εκστρατεία FOODprint άρχισε τον Σεπτέμβριο 2020 και θα ολοκληρωθεί τον Απρίλιο 2023

Το εταιρικό σχήμα FOODprint έχει επικεφαλής συντονιστή τον Εκδοτικό Οίκο «Δίας» και εταίρους: Opinion & Action (O&A) - Σύμβουλοι Επικοινωνίας, Ομοσπονδία Εργοδοτών και Βιομηχάνων (ΟΕΒ), Parpounas (PSC) – Σύμβουλοι Βιώσιμης Ανάπτυξης, Φίλοι της Γης (FoE)- Κύπρος, Τμήμα Περιβάλλοντος (ΤΠ), Υπουργείο Γεωργίας, Αγροτικής Ανάπτυξης & Περιβάλλοντος.

Το εταιρικό σχήμα του FOODprint συνδυάζει τη συμμετοχή ενός ισχυρού φορέα ενημέρωσης στον χώρο των ΜΜΕ (ΔΙΑΣ) και την εμπειρία των φορέων του ιδιωτικού τομέα στην επικοινωνία (O&A), την επιστημονική γνώση (PSC), το ζωτικό χώρο των επιχειρήσεων (ΟΕΒ), την κοινωνία των πολιτών με διεθνή δικτύωση (FoE) και τον κατεξοχήν αρμόδιο δημόσιο φορέα στην εφαρμογή της πολιτικής, το Τμήμα Περιβάλλοντος του αρμοδίου Υπουργείου.

Πρόκειται για ένα μικτό, πολυπρισματικό σε δυνατότητες εταιρικό σχήμα με πρόσβαση σε όλη την κοινωνία για την επιτυχή διεξαγωγή της εκστρατείας.

Προκλήσεις και στόχοι

Η εκστρατεία FOODprint εστιάζει στην σπατάλη τροφίμων, ένα παγκόσμιο πρόβλημα με τεράστιες οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις. «Είναι απαράδεκτο το γεγονός ότι η πείνα αυξάνεται, τη στιγμή που ο κόσμος σπαταλά πάνω από 1 δισεκατομμύριο τόνους τροφίμων κάθε χρόνο», διακήρυξε ο Αντόνιο Γκουτέρες, γενικός γραμματέας του ΟΗΕ με αφορμή την παγκόσμια ημέρα



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



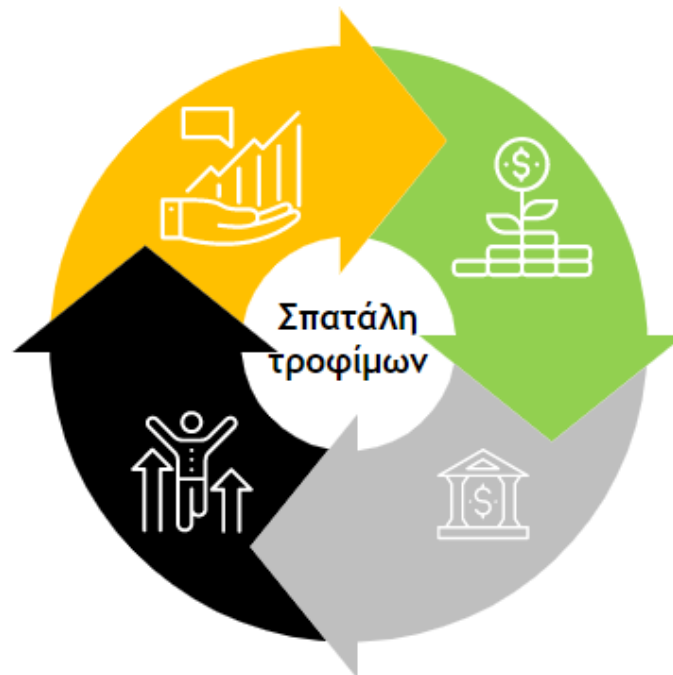
Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

τροφίμων. «Περισσότερα από 345 εκατομμύρια άνθρωποι βρίσκονται εκτεθειμένοι στο φάσμα της πείνας λόγω της επισιτιστικής ανασφάλειας του πολέμου μετά, τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία», σημειώνει το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (2022)

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση υπολογίζεται ότι τουλάχιστον 90 εκατομμύρια τόνοι τροφίμων σπαταλούνται κάθε χρόνο με οικονομική απώλεια της τάξης των 140 δισεκατομμύρια €

Επιπτώσεις από την σπατάλη τροφίμων

Η σπατάλη τροφίμων έχει τις πιο κάτω προεκτάσεις



Οικονομικές:

- Αναξιοποίητες πρώτες ύλες
- (απώλεια πόρων και χρημάτων)
- Αυξημένο τέλος διαχείρισης
- οργανικών αποβλήτων



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Κοινωνικές:

- 1/3 των τροφίμων καταλήγει στα σκουπίδια
- 79 εκατομμύρια Ευρωπαίοι πολίτες ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας
- 16 εκατομμύρια Ευρωπαίοι πολίτες εξαρτώνται από την επισιτιστική βοήθεια

Περιβαλλοντικές:

- Παραγωγή περισσότερου φαγητού μεγαλύτερη άσκηση σε βάρους του φυσικού περιβάλλοντος
- Μείωση γονιμότητας εδάφους
- Μεγαλύτερη χρήση νερού για τις ανάγκες της γεωργία
- Μεγαλύτερη χρήση ορυκτών καυσίμων στις γεωργικές δραστηριότητες
- Η απόρριψη των τροφίμων προκαλεί εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου
- Μείωση θαλάσσιων και άγριων περιοχών οικοτόπων
- Διαχείριση αποβλήτων

Πολιτιστικές:

- Η κουλτούρα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην σπατάλη τροφίμων. Τα απόβλητα τροφίμων που παράγονται κατά τη διάρκεια κοινωνικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με πολιτιστικές πρακτικές παραμένει μια σοβαρή πρόκληση. Αυτό συμβαίνει επειδή κατά τη διάρκεια των πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων, το φαγητό προετοιμάζεται σε μεγάλες ποσότητες, το οποίο τελικά δεν καταναλώνεται εξ ολοκλήρου και οδηγεί σε αύξηση των τροφίμων που απορρίπτονται.

Σπατάλη τροφίμων

Το 1/3 των παραγόμενων προϊόντων τροφίμων ή 1,3 δισεκατομμύρια τόνοι τροφίμων απορρίπτονται κάθε χρόνο παγκοσμίως.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Το μεγαλύτερο ποσοστό, του συνόλου της σπατάλης τροφίμων προέρχεται από τα νοικοκυριά 53%

Ο τομέας του εμπορίου τροφίμων συμμετέχει στο πρόβλημα με ποσοστό της τάξης του 5%

42% προέρχεται από τις υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες, όπως τις μονάδες παραγωγής ή/και επεξεργασίας τροφίμων αλλά και τον τομέα των εστιατορίων και των ξενοδοχείων.

Ποσότητα βιοαποικοδομήσιμων αποβλήτων που έτυχε διαχείρισης σε μονάδες επεξεργασίας αστικών αποβλήτων στην Κύπρο

2017 000'ς τόνοι	2018 000'ς τόνοι	2019 000'ς τόνοι
51,19	111,23	132,66

Οι τρεις πιο σπάταλες χώρες στην ΕΕ



Ολλανδία: Η Ολλανδία είναι η πρώτη χώρα στην σπατάλη τροφίμων με μέσο όρο 541 κιλά τροφίμων τον χρόνο

Βέλγιο: Το Βέλγιο είναι η δεύτερη κατά σειρά χώρα στην σπατάλη τροφίμων με 345 κιλά τροφίμων τον χρόνο

Κύπρος: Η Κύπρος είναι η τρίτη κατά σειρά χώρα με την υψηλότερη σπατάλη τροφίμων. Κατά μέσο όρο, ο κάθε συμπολίτης μας, απορρίπτει 327 κιλά τροφίμων τον χρόνο



LIFE19 GIE/CY/001166

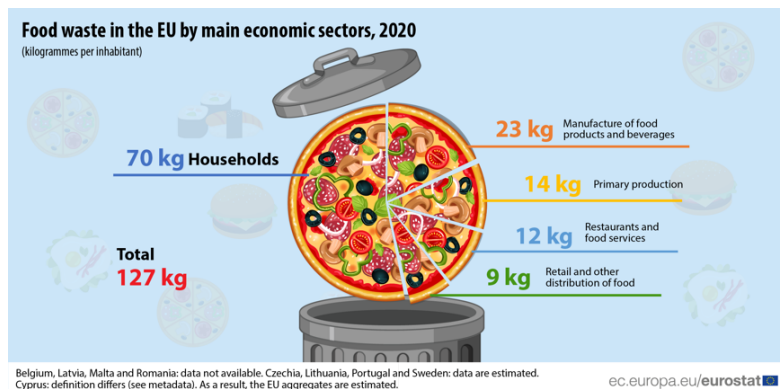
FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Πρόσφατες έρευνες

Το 2020, το πρώτο έτος της πανδημίας COVID-19, περίπου 127 κιλά τροφίμων ανά κάτοικο σπαταλήθηκαν στην ΕΕ. Τα νοικοκυριά παρήγαγαν το 55% των απορριμμάτων τροφίμων, αντιπροσωπεύοντας 70 κιλά ανά κάτοικο. Το υπόλοιπο 45% ήταν απόβλητα που δημιουργήθηκαν προς τα πάνω στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.



Έρευνες στην Κύπρο

Στην Κύπρο υπολογίστηκε αρχικά (2017) ότι σπαταλούνται 155,000 τόνοι απόβλητα τροφίμων με εκτιμώμενη απώλεια ανά κάτοικο – 182 κιλά. Αυτά τα δεδομένα αξιοποιήθηκαν από την εκστρατεία FOODprint για την υλοποίηση της εκστρατείας της.

Πιο αναλυτικά δεδομένα συγκεντρώθηκαν στη συνέχεια, την περίοδο 2020 - 21 από την ερευνητική μελέτη που πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο του Frederick για λογαριασμό του Τμήματος Περιβάλλοντος.

Τα δεδομένα αφορούσαν τις μετρήσεις των απορριμμάτων τροφίμων σε όλα τα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, ξεκινώντας από την πρωτογενή παραγωγή, τη μεταποίηση, το λιανικό εμπόριο, τα εστιατόρια και τέλος στα νοικοκυριά.

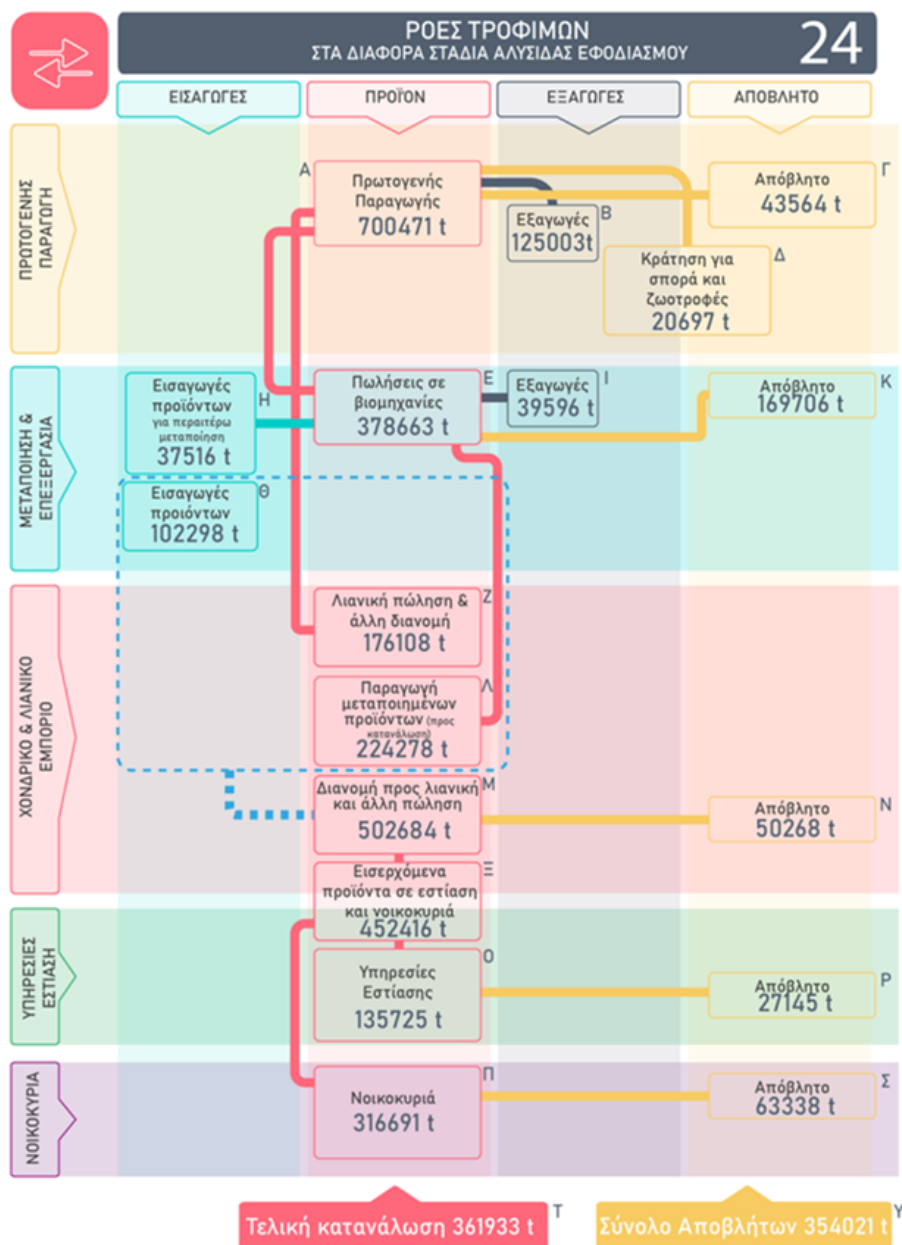


LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!



Ροές τροφίμων στα διάφορα στάδια αλυσίδας εφοδιασμού – Τμήμα Περιβάλλοντος
Κύπρου



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Η μεγαλύτερη ποσότητα απορριμμάτων τροφίμων προέρχεται από τον μεταποιητικό τομέα και υπολογίζεται σε 194 κιλά ανά κάτοικο ετησίως.

Από τα νοικοκυριά υπολογίζεται σε 72 κιλά ανά κάτοικο ετησίως.

Η μικρότερη ποσότητα απορριμμάτων τροφίμων προέρχεται από τον τομέα της εστίασης και τροφοδοσίας τροφίμων και υπολογίζεται σε 31 Kg ανά κάτοικο ετησίως.

Η μελέτη πραγματοποιήθηκε το 2020 με 2021. Γενικά, ήταν δύσκολη η συλλογή δεδομένων λόγω της πανδημίας Covid-19 και των διακοπτόμενων μέτρων της. Επίσης, σε πολλές περιπτώσεις οι επικεφαλής των επιχειρήσεων δεν ήταν σε θέση να παράσχουν πληροφορίες λόγω των πολιτικών των εταιρειών.

Χρησιμοποιήθηκαν στατιστικά στοιχεία του 2018 (Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, FAOSTAT, PRODCOM κ.λπ.), ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις, ημερολόγια και μέθοδος ισοζυγίου μάζας. Τα αποτελέσματα σε επίπεδο μονάδας χρησιμοποιήθηκαν και μειώθηκαν σε επίπεδο χώρας, με βάση τα στατιστικά στοιχεία του κράτους.

Συνολικά αποτελέσματα απόβλητων τροφίμων, (έτος 2018)

Στάδιο αλυσίδας εφοδιασμού	Απόβλητα τροφίμων (τόνοι)	Ανά κάτοικο τον χρόνο (κιλά ανά κάτοικο)
Πρωτογενής Παραγωγή	43564	50
Μεταποίηση και Επεξεργασία	169706	194
Λιανική πώληση και άλλη διανομή τροφίμων	50268	57
Εστιατόρια και υπηρεσίες εστίασης	27145	31
Νοικοκυριά	63338	72
Σύνολο	354021	404



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Οι συνολικές ποσότητες απόβλητων τροφίμων στην Κύπρο είναι **354021 τόνοι** και το συνολικό μερίδιο απόβλητων τροφίμων από όλα τα στάδια της αλυσίδας τροφίμων, ανά κάτοικο στην Κύπρο, υπολογίζεται στα **404 κιλά** για το 2018.

Στόχος εκστρατείας FOODprint

Ο στόχος της εκστρατείας FOODprint είναι η μείωση της σπατάλης τροφίμων, μέσα από συνδυασμένες δραστηριότητες στο τρίπτυχο «Ενημέρωση - Ευαισθητοποίηση – Ανάληψη δράσης». Ειδικότερα:

- > 500.000 πολίτες να ενημερωθούν για τη σπατάλη τροφίμων
- > 100.000 ενδιαφερόμενοι φορείς να αλλάξουν συμπεριφορά (επιχειρήσεις, επαγγελματίες, οργανωμένα σύνολα)
- > 10% μείωση παραγόμενων αποβλήτων από τη σπατάλη τροφίμων από τις ομάδες στόχους (π.χ. επιχειρήσεις, καταναλωτές, τοπικές αρχές)
- > 1000 παιδιά να ενημερωθούν για τη σπατάλη τροφίμων
- > 275 επαγγελματίες και φοιτητές στον τομέα εστίασης και φιλοξενίας να εκπαιδεύονται
- > 5.000 επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας να ενημερωθούν
- > 15% μείωση απώλειας τροφίμων στην αλυσίδα παραγωγής - επεξεργασίας-τροφοδοσίας

Το Σχέδιο Μεταφοράς Γνώσης

(Action D.2. Transfer of knowledge, replication and networking)

Το παρόν Σχέδιο για τη μεταφορά της γνώσης και την αναπαραγωγή των αποτελεσμάτων του έργου FOODprint στοχεύει να μεγιστοποιήσει την προσπάθεια που άρχισε στην Κύπρο και να την μεταφέρει σε ένα ευρύτερο κοινό εντός Κύπρου, στους πιο σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς και εκτός Κύπρου στον υπόλοιπο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου μέσα από τις δραστηριότητες δικτύωσης της εκστρατείας έχει κτιστεί ένα δίκτυο επαφής και ανταλλαγών γνώσεων και πληροφοριών.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.

Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Το Σχέδιο περιλαμβάνει τις κύριες τεχνικές επικοινωνίας, τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν και τα προϊόντα που έχουν παραχθεί για να ενημερώσουν, να ευαισθητοποιήσουν και να κινητοποιήσουν την κοινή γνώμη για μείωση της σπατάλης τροφίμων ή συναφών στόχων διαχείρισης αποβλήτων, κυκλικής οικονομίας και βιώσιμης ανάπτυξης. Περιλαμβάνει δηλαδή, όσα η εκστρατεία FOODprint θεωρεί χρήσιμα και θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την υλοποίηση ανάλογων πρωτοβουλιών από άλλους φορείς στις δικές τους δραστηριότητες προβολής και επικοινωνίας. Το Σχέδιο αυτό περιλαμβάνει επίσης γνώσεις και εμπειρίες που έχουν αποκτηθεί από τους φορείς με τους οποίους η εκστρατεία FOODprint ήρθε σε επαφή και επικοινωνία καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησης του έργου.

Στόχος είναι η διάδοση και αναπαραγωγή των αποτελεσμάτων της εκστρατείας στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό, όχι μόνο κατά τη διάρκεια υλοποίησης της, αλλά και μετά την ολοκλήρωση του. Η εκστρατεία FOODprint καταγράφει, παράλληλα, τα πιθανά προβλήματα, προκλήσεις και ευκαιρίες που δημιουργήθηκαν και προσφέρει ορισμένες λύσεις για να προβλεφθούν στο μέλλον από ένα ευρύτερο φάσμα από ενδιαφερόμενους φορείς.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



@foodprintcy



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Βραβεία FoodPrint – ΟΕΒ



Δράση δικτύωσης FoodPrint



Όλα τα προαναφερόμενα ζητήματα αποτέλεσαν αντικείμενο των δραστηριοτήτων δικτύωσης της εκστρατείας που έδωσαν στην ομάδα FOODprint τη δυνατότητα να διαδώσει τις γνώσεις, τα προϊόντα και τις εμπειρίες της και να αποκτήσει ανάλογες πληροφορίες με τους φορείς που συναντήθηκε, τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό. Συνιστούν δε την προστιθέμενη αξία των δραστηριοτήτων δικτύωσης της εκστρατείας για να διασφαλιστεί η μεταφορά και η αναπαραγωγή της γνώσης.

Για την εκπόνηση του παρόντος Σχεδίου αξιοποιήθηκε η εμπειρία και η γνώση που αποκτήθηκε μέσα από τις δραστηριότητες που αναπτύχθηκαν κατά τη διάρκεια του έργου:



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

A2 Χαρτογράφηση της υφιστάμενης κατάστασης στην Κύπρο - Mapping of the current situation

A3 Ανάπτυξη του Σχεδίου Επικοινωνίας - Development of Communication Plan

B1 Δημιουργία Πλατφόρμας Συνεργασίας για διάθεση φαγητού - Development of Collaboration Network for Social Food Donation

B2 Διαβουλεύσεις και εργαστήρια με ενδιαφερομένους φορείς – Workshops, Consultations with stakeholders

B3 Ανάπτυξη του υλικού για την διάδοση των γνώσεων - Development of project material delivering knowledge on food waste prevention to key stakeholders

D1 Εκστρατεία ενημέρωσης, διάχυσης πληροφοριών και αποτελεσμάτων - Public awareness campaign and dissemination of results

D2 Δικτύωση - Networking



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union

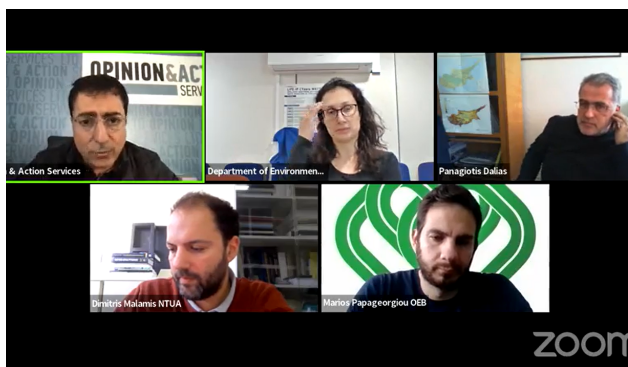


@foodprintcy



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Δικτύωση και Μεταφορά γνώσεων με προγράμματα Life



Στρατηγική επικοινωνίας

Η αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης στην Κύπρο για την μέτρηση της σπατάλης τροφίμων και καθορισμού επικοινωνιακών στόχων για τη μείωση της αποτέλεσε εξ αρχής μια σημαντική πρόκληση. Δεν υπήρχαν τότε διαθέσιμα στοιχεία σε ένα τόσο σύνθετο πρόβλημα που αφορά όλη την αλυσίδα παραγωγής από το χωράφι στο πιάτο.

Για να ανταποκριθεί στους στόχους της και να εκπονήσει τη στρατηγική επικοινωνίας και ακολούθως των μηνυμάτων της, η ομάδα FOODprint έθεσε εξ αρχής στο μικροσκόπιο τα πιο καίρια ερωτήματα:

- > Ποια είναι η βάση μέτρησης (baseline);



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

- > Ποιες είναι οι προσλήψεις των κυπρίων καταναλωτών για την σπατάλη τροφίμων;
- > Ποιες στάσεις και οι συμπεριφορές τους μπορούν να αλλάξουν και πώς;
- > Σε ποιες ομάδες – στόχο θα πρέπει να εστιάσει με επιτυχία η εκστρατεία;

Πρόκειται για θεμελιώδη ερωτήματα, για τα οποία τα διαθέσιμα στοιχεία ήταν περιορισμένα, έως και ανεπαρκή για την χάραξη στρατηγικής επικοινωνίας.

Έρευνες - τι μάθαμε!

Η 1η Παγκύπρια Ποσοτική έρευνα (Νοέμβριος – Δεκέμβριος 2020) έδωσε την ισχυρή βάση για την υλοποίηση της στρατηγικής επικοινωνίας.

Με βάση την έρευνα αυτή, η εκστρατεία FOODprint εστίασε στις συνήθειες αγοράς και διαχείρισης τροφίμων σε κυπριακά νοικοκυριά με τα ακόλουθα αποτελέσματα:

- > Το 73% των νοικοκυριών αγοράζει περισσότερες από τις απαραίτητες ποσότητες τροφίμων
- > Το 85% των νοικοκυριών δηλώνει ότι όταν ετοιμάζει ή παραγγέλλει φαγητό υπάρχουν περισσεύματα
- > Το μέσο νοικοκυριό πετάει στα σκουπίδια 23% των εβδομαδιαίων του αγορών σε τρόφιμα, λαχανικά και φρούτα
- > Όταν πετάνε φαγητό και τρόφιμα στα σκουπίδια οι πλείστοι νιώθουν τύψεις (56%) και ότι σπατάλησαν τα χρήματα τους άδικα (46%).
- > Το αίσθημα ότι η πράξη αυτή κάνει ζημιά στο περιβάλλον είναι λιγότερο διάχυτο (30%).

Η αρχική έρευνα επαναλήφθηκε στο μέσο της εκστρατείας FOODprint - 2η Παγκύπρια Ποσοτική έρευνα (Μάιος 2022). Τα πιο σημαντικά ευρήματα της που καθόρισαν την στρατηγική επικοινωνίας FOODprint αφορούσαν στο να δοθεί απάντηση γιατί τα περισσότερα νοικοκυριά αγοράζουν μεγαλύτερες ποσότητες φαγητού.

Γιατί λοιπόν;

- > 43% προτιμούν να έχουν περισσότερες ποσότητες μήπως και συμβεί κάτι
- > 34% νιώθουν πιο ασφαλής όταν έχουν περισσότερο φαγητό σπίτι
- > 33% θέλουν να είναι προετοιμασμένοι όταν έρθουν φιλοξενούμενοι στο σπίτι.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

- > 61% προετοιμάζουν περισσότερο φαγητό από ότι χρειάζεται όταν έχουν φιλοξενούμενους.

Τα φρούτα και τα λαχανικά φυσιολογικά αποδείχθηκε ότι είναι τα κύρια σκουπίδια σε νοικοκυριά.

Στη σύγκριση ανάμεσα στις δύο έρευνες (2020 – 2022) φάνηκε ότι υπήρξε βελτίωση καταναλωτικές συνήθειες σχετικά με την αγορά, τη συντήρηση και την κατανάλωση τροφίμων και τη διαχείριση της πλεονάζουσας τροφής.

Μια τρίτη και τελική έρευνα θα διεξαχθεί στο τέλος της εκστρατείας, τον Μάρτιο 2023.

Έρευνα σε επιχειρήσεις

Η εκστρατεία FOODprint διεξήγαγε παράλληλα έρευνα σε επιχειρήσεις, την περίοδο Ιανουαρίου – Φεβρουαρίου 2022 για να εξετάσει και εκείνη τη διάσταση του προβλήματος και να καθορίσει την προσέγγιση της απέναντι σε εκείνη την ομάδα – στόχο. Από την καταγραφή των προκλήσεων στη διαχείριση της σπατάλης τροφίμων σε επιχειρήσεις φιλοξενίας, εστίασης και τροφοδοσίας τροφίμων φαίνονται τα ακόλουθα:

Οργανικά απόβλητα και κομποστοποίηση

Οργανικά απόβλητα είναι τα απόβλητα π.χ. κλαδέματα, περισσεύματα τροφών, τροφίμων που μπορούν να αφομοιωθούν από ζωντανούς οργανισμούς/μικροοργανισμούς σε συγκεκριμένες συνθήκες χωρίς να προκαλέσουν οποιαδήποτε ρύπανση ή μόλυνση

Η κομποστοποίηση είναι μια φυσική διαδικασία η οποία μετατρέπει τα οργανικά υλικά σε εδαφοβελτιωτικό

2020: Το 82% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά όσον αφορά τα οργανικά απόβλητα. Το 76% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά για την κομποστοποίηση.

2021: Το 90% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά όσον αφορά τα οργανικά απόβλητα. Το 87% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά για την κομποστοποίηση.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Take away/Delivery/Dine in

Το ποσοστό των επιχειρήσεων που προσφέρουν take away και delivery έχουν αυξηθεί για την περίοδο 2021.

		2020	2021
Πρωινό	Take away	24%	30%
	Delivery	11%	0%
	Dine in	82%	82%
Brunch	Take away	24%	24%
	Delivery	11%	0
	Dine in	53%	76%
Μεσημεριανό	Take away	52%	20%
	Delivery	24%	60%
	Dine in	100%	20%
Δείπνο	Take away	52%	40%
	Delivery	18%	50%
	Dine in	100%	10%



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Διαχείριση φαγητού



47%

2020 Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό που περισσεύει στον πελάτη

0%

2021 Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό που περισσεύει στον πελάτη



30%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό σε take away μόνο εάν το ζητήσει ο πελάτης

63%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό σε take away μόνο εάν το ζητήσει ο πελάτης



6%

Προτείνει στον πελάτη το πακέτο take away

37%

Προτείνει στον πελάτη το πακέτο take away

Ομάδες – στόχος

Μέσα από τις έρευνες έγινε εφικτό να επιβεβαιωθούν οι τρεις ομάδες – στόχος:

- > Νοικοκυριά – τι κάνουν στο σπίτι
- > Εστιατόρια – πώς συμπεριφέρονται εστιάτορες και πελάτες
- > Καταναλωτές – πώς ψωνίζουν)προσδιοριστούν και να καθοριστούν οι ομάδες – στόχος

Εργαλεία επικοινωνίας

Καθορίστηκαν επίσης τα εργαλεία επικοινωνίας, με βάση τον διαθέσιμο προϋπολογισμό και τον τρόπο που θα αναπτυχθούν. Ειδικότερα:

Τηλεόραση

- TV spots
- Ειδικά τηλεοπτικά προγράμματα
- Φιλοξενίες



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Ραδιόφωνο

- Ραδιοφωνικά μηνύματα
- Ραδιοφωνικές συζητήσεις
- Radio Live Links

Διαδίκτυο - Ιστότοποι

- Ιστοσελίδα Ενημέρωσης
- Υπολογιστής Σπατάλης
- Πλατφόρμα Συνεργασίας

Social Media

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube

Έντυπα

- Ενημερωτικό για τους καταναλωτές
- Ειδικό με οδηγίες και κομποστοποίηση



Προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.

Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Η στρατηγική επικοινωνίας επεκτάθηκε επίσης στην παραγωγή ενημερωτικού υλικού και άλλων εφαρμογών ευαισθητοποίησης που να προσφέρουν ταυτόχρονα λύσεις και σε άλλες ομάδες – στόχο. Έτσι εκπονήθηκαν τα ακόλουθα, που προβλέφθηκαν στο πλαίσιο της πρότασης, κι άλλα που προσαρμόστηκαν με βάση τις ανάγκες στη διάρκεια της εκστρατείας!

- > Οδηγός Καλών Πρακτικών για Επιχειρήσεις
- > Οδηγός για κομποστοποίηση
- > Οδηγός Πράσινων Αγορών
- > Εκπαιδευτικά μαθήματα για νέους – σχολεία
- > Εκπαιδευτικό υλικό για επιχειρήσεις
- > Γωνία για δημοσιογράφους

Το μήνυμα

Η παραγωγή των μηνυμάτων της εκστρατείας FOODprint, σε συνδυασμό με την υψηλής αισθητικής ταυτότητα (visual identity – art design), αποτελούν δύο ξεχωριστά προϊόντα - δύο highlights, που μπορούν να αξιοποιηθούν για ανάλογες εκστρατείες. Μπορούν δε να αξιοποιηθούν ως «μελέτη περίπτωσης» για τους λειτουργούς προβολής και επικοινωνίας άλλων έργων στον τομέα του περιβάλλοντος, της μείωσης της σπατάλης τροφίμων.

Το λογότυπο FOODprint είναι διακριτό, άρτιας αισθητικής και κερδίζει αμέσως το μάτι!



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Τηλεοπτικά μηνύματα

Τα 3 τηλεοπτικά μηνύματα της εκστρατείας – διάρκειας 30 δευτερολέπτων αποδείχθηκαν ισχυρά και διεισδυτικά καθ' όλη τη διάρκεια της εκστρατείας. Έχει μεγάλη σημασία το πώς έχουν εκπονηθεί.

Η εκστρατεία FOODprint και ειδικότερα η ομάδα επικοινωνίας, παραθέτει για σκοπούς μεταφοράς γνώσεων και αναπαραγωγής τα βήματα παραγωγής:

Βήμα 1^ο

Σκεφτήκαμε απλά και πάνω στις πιο βασικές προτεραιότητες, όπως τεκμηριώθηκαν από τις έρευνες κοινής γνώμης. Ποιες είναι οι τρεις προτεραιότητες;

- > Νοικοκυριά
- > Εστιατόρια
- > Υπεραγορές

Βήμα 2^ο

Ποιο θα μπορούσε να ήταν το πιο διεισδυτικό motto της εκστρατείας;

Είναι κρίμα! Είναι κρίμα!

Πρόκειται για το κυρίαρχο συναίσθημα των Κυπρίων όταν πετούν φαγητό με βάση όλες τις έρευνες FOODprint.

Βγήκε μέσα από σειρά συναντήσεων - «ιδεοθύελλας» με όλους τους εταίρους. Υπήρξε μεγάλη συζήτηση για πιο επιθετική προσέγγιση: Ντροπή! Ντροπή! Απορρίφθηκε γιατί κρίθηκε απαξιωτικό μήνυμα προς τους πολίτες και θα λειτουργούσε αποθητικά παρά θα παρακινούσε για θετική δράση.

Η κωδική λέξη «κρίμα» περιλήφθηκε με ευρηματικό τρόπο και στα τρία σενάρια των τηλεοπτικών μηνυμάτων.

Πιο αναλυτικά, για τους σκοπούς μεταφοράς γνώσεων, η εκστρατεία FOODprint παραθέτει τα βίντεο και τα σενάρια:



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

TV SPOT 1 – Εμείς και ο ...ξεχειλισμένος σκουπιδοτενεκές μας

https://youtu.be/rFx5QRk_Peg

Η έρευνα μάς έδειξε την ανάγκη για επικέντρωση το κατεξοχήν πρόβλημα της σπατάλης: Πέραν της μισής σπατάλης γίνεται στο σπίτι!

Ομάδα - στόχος μας: Ευρύ Κοινό - Να αμφισβητήσουμε την λάθος κουλτούρα, την αφθονία...

Motto: Είναι κρίμα!

Concept: αυτοσαρκασμός, χιούμορ, γρήγορος ρυθμός, theatral λόγος

Εκφώνηση: **Λόγος (theatral, αλλάζει απότομα ύφος, σοβαρεύει προς το τέλος)**

- Πεινάς; Πόσο πεινάς; Θα φας; Πόσο θα φας; Κι άλλο θα φας; Και να που σκας και τα πετάς, κι απ' την αρχή πάλι το πας... Πεινάς; Πόσο πεινάς; Θα φας; Πόσο θα φας;ΣΤΟΠ!

Caption

- 182 κιλά φαγητού στα σκουπίδια, κάθε χρόνο από τον κάθε ένα μας.
- Δηλαδή μισό κιλό φαγητού την ημέρα.
- Είναι κρίμα. Είναι ...κρίμα

TV SPOT 2 – Ο ταβερνιάρης και οι πελάτες

<https://youtu.be/7JUUYdwfICs>

Η έρευνα μάς έδειξε πώς εκτός από το νοικοκυριό, όπου γίνεται μεγάλη σπατάλη, υπάρχει μια δεύτερη βασική προτεραιότητα: οι επαγγελματίες του φαγητού και οι πελάτες τους.

Ομάδα – στόχος: Εστιάτορες, πελάτες

Αναδεικνύουμε τη σημασία μιας νέας σχέσης ανάμεσα στον εστιάτορα και τον πελάτη - καταναλωτή. Να παραγγέλνουμε με μέτρο, να παίρνουμε φαγητό σε dogie bag. Να το προτείνουν και οι εστιάτορες: πάρε το σπίτι!

Motto: Είναι κρίμα!

Concept: Να έχουμε ένα γνωστό ταβερνιάρη – Παναγιώτης Μέντζης – ταβέρνα «Ζανέττος», να σκεφτεί το αντίθετο από αυτό που τόσα χρόνια διαφημίζει



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

(μπόλικους μεζέδες) και έτσι πείθει κι άλλους. Τον συμφέρει, απαλλάσσεται από τα πρόσθετα σκουπίδια.

Εικόνα:

Μια παρέα σε εστιατόριο ζητά τον λογαριασμό με το τραπέζι να έχει ακόμα πιατέλες γεμάτες φαγητό

Ο σερβιτόρος παίρνει τον λογαριασμό, η παρέα σηκώνεται να φύγει και, εκείνη τη στιγμή, εμφανίζεται ο χαμογελαστός εστιάτορας. Τους κάνει νεύμα «μισό λεπτό».

Μαζί του έχει φέρει δισκάκια (χάρτινο ανακυκλώσιμο υλικό).

Με γοργές κινήσεις γεμίζει τα δισκάκια, η παρέα κοιτάζει κάπως απορημένη.

Τους παίρνει αγκαλιά και μιλάει προς το φακό:

- Δεν πετάμε ποτέ φαγητό. Παραγγέλνουμε όσο θα φάμε, και μόνο αν θέλουμε και άλλο, το ζητάμε.
- Αν περισσέψει, κάνουμε ότι κάνει ο πολιτισμένος κόσμος. Το παίρνουμε μαζί μας.
- Δεν πετάμε ποτέ φαγητό.
- Είναι κρίμα. Είναι ...κρίμα

TV SPOT 3 – Πάμε για ψώνια, δεν είμαστε ψώνια!

<https://youtu.be/d59cHJVfMwo>

Μέσα από την έρευνα και τις καλές πρακτικές, αναδεικνύουμε τη σημασία αλλαγής της συμπεριφοράς μας όταν ψωνίζουμε στο σουπερμάρκετ.

Motto: Δεν έχω κρίμα!

Concept: Ετοιμάζω κατάλογο με το τί χρειάζομαι, ελέγχω αγορές, ημερομηνία λήξης, ψωνίζω έξυπνα, πάντα προετοιμασμένος, όχι πεινασμένος. Σωστή αποθήκευση.

Νεαρό ζευγάρι, εκπαιδεύουμε μια νέα γενιά καταναλωτών

Ζευγάρι νέων, χώρος καλαίσθητος αλλά όχι εξεζητημένος.

Τους παρακολουθούμε που είναι σπίτι και ετοιμάζουν μαζί τη λίστα αγορών.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Τους βλέπουμε στην υπεραγορά να ψωνίζουν, ενώ συμβουλευόμαστε διαρκώς τη λίστα τους.

Τους βλέπουμε ξανά στο σπίτι ενώ τοποθετούν τα προϊόντα μετά στο ψυγείο.

Ακούμε τις «σκέψεις τους» καθώς δρουν. Οι φωνές, εναλλάσσονται από φράση σε φράση ενώ στο τέλος μιλάνε μαζί.

- Γ: Άλλο να είμαι ψώνιο, και άλλο να ξέρω να ψωνίζω!
- Α: Ξέρω να ψωνίζω σημαίνει:
- Γ: Ετοιμάζω τη λίστα μου από το σπίτι....
- Α:..... με αυτά που πραγματικά χρειάζομαι και όχι ότι νάναι.
- Γ: Στην υπεραγορά διαλέγω προσεκτικά!
- Α:..... Κοιτάζω πάντα, τις ημερομηνίες λήξης.
- Γ: Στο ψυγείο μπαίνουν όλα, στη σωστή θέση!
- Α: Να ψωνίζω σωστά, είναι το...ψώνιο μου!
- Α+Γ: Μου μένει χρήμα και ...δεν έχω κρίμα!

Η πρόβλεψη για διεξαγωγή σειράς ερευνών κοινής γνώμης και πιο εξειδικευμένης στο χώρο των επιχειρήσεων, αποδείχθηκε καίριας σημασίας για να καθοριστούν τα κεντρικά μηνύματα της εκστρατείας.

Αυτές οι έρευνες ήταν επίσης απαραίτητες για να επαναβεβαιώσουν τις ομάδες – στόχο της εκστρατείας, στις οποίες θα έπρεπε ακολούθως να επικεντρωθεί.

Δημοσιογραφική προσέγγιση

Η εκστρατεία FOODprint ενσωμάτωσε στις δραστηριότητες της, τη λειτουργία σε συνεχή βάση ενός Γραφείου Τύπου (Press Office) της εκστρατείας.

Πρόκειται για καλή πρακτική που προσδίδει προστιθέμενη αξία σε δημόσιες πολιτικές, όπως αυτές που προωθεί η ΕΕ και τα κράτη για να κινητοποιήσουν τους πολίτες τους, να αλλάξουν στάσεις και συμπεριφορές και να συμβάλουν στην επιτυχή εφαρμογή τους.

Δεν αρκούν οι κανόνες του marketing και η διαφήμιση.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Οι στρατηγικές επικοινωνίας δημοσίων πολιτικών όπως οι εκστρατείες ευαισθητοποίησης πρέπει να λαμβάνουν υπόψη ακόλουθα και μέσα από αυτό το πνεύμα να επικοινωνούν τα μηνύματα τους προς τους πολίτες:

- > Πού στέκει η κοινωνία απέναντι στο πρόβλημα/φαινόμενο;

Ευαισθησίες, στερεότυπα, βαθμός ωριμότητας, ετοιμότητα για πρόοδο, ενθάρρυνση, υποδομές κοκ

- > Πώς θα φθάνουν οι πληροφορίες στους πολίτες;

Με κείμενα με δημοσιογραφική επεξεργασία: αποφυγή στερεότυπης, ξερής γλώσσας, τυποποιημένων εκφράσεων, εθιμοτυπικών πρωτοκόλλων κοκ

Για τους πιο πάνω λόγους, η εκστρατεία FOODprint οργάνωσε τις δράσεις προβολής ακολουθώντας τις εξής μεθόδους:

- > Συστηματική προβολή πληροφοριών
- > Ανάδειξη των δραστηριοτήτων της εκστρατείας
- > Κινητοποίηση ενδιαφερόμενων φορέων
- > Απευθείας προσέγγιση κοινού – Infopoints and Radio Live Links



Δικτύωση και μεταφορά γνώσης – Ευρωπαϊκή Εβδομάδα κατά των αποβλήτων



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Βέλτιστη αξιοποίηση των μέσων

Στο διαφοροποιούμενο περιβάλλον της επικοινωνίας, η εκστρατεία FOODprint προέβλεψε τη ραγδαία συνεχιζόμενη στροφή στην διαδικτυακή προβολή: Όλα – πληροφορίες, εικόνες, βίντεο – στο κινητό τηλέφωνο!

Σημαντική για τον σκοπό αυτό, υπήρξε η διάχυση των πληροφοριών μέσα από τις διαδικτυακές σελίδες του συγκροτήματος ΔΙΑΣ και ειδικότερα του SIGMAlive.

Περαιτέρω η εκστρατεία FOODprint αξιοποίησε πλήρως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και την τηλεόραση, με πολλαπλές φιλοξενίες και συζητήσεις στην τηλεόραση του ΣΙΓΜΑ, μετάδοση των τηλεοπτικών μηνυμάτων FOODprint, καθώς και το Ραδιόφωνο, που αποτελεί μια σταθερή αξία.

Ανάπτυξη δραστηριοτήτων

Η εκστρατεία FOODprint εξελίσσεται μέσα από ένα πλούσιο πλέγμα δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην ευαισθητοποίηση με συνδυασμένες παρεμβάσεις για κινητοποίηση και ανάληψη δράσης από τους πολίτες και τους οργανωμένους φορείς.

Οι δραστηριότητες FOODprint έδωσαν επιπρόσθετη συνοχή στην εκστρατεία καθώς περιέλαβαν τα ακόλουθα:

- > Δημόσιο διάλογο για την βιώσιμη ανάπτυξη
- > Διαβούλευση για τη σπατάλη τροφίμων με τοπικές κοινωνίες
- > Συζητήσεις για την κυκλική οικονομία – διαχείριση απορριμμάτων
- > Εκπαιδεύσεις επιχειρηματιών και σπουδαστών
- > Δικτύωση με ενδιαφερομένους φορείς στην Κύπρο και στην υπόλοιπη ΕΕ

Όλες αυτές οι δραστηριότητες προετοιμάζουν την κοινή γνώμη και το σύνολο της κοινωνίας για την μεγάλη αλλαγή που έρχεται!

Το FOODprint δίνει «σκυτάλη»

Στην περίπτωση της Κύπρου, η εκστρατεία FOODprint λειτούργησε ως προαγγελία της ριζικής αλλαγής στην πολιτική διαχείρισης των οικιακών απορριμμάτων με την εφαρμογή του «πληρώνω όσο πετώ» από τον Αύγουστο του 2023.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.

Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Συνέπεσε επίσης με την υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής του Υπουργείου – Τμήματος Περιβάλλοντος και την υλοποίηση σημαντικών έργων υποδομής από το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, μια ισχυρή ευκαιρία για την Κύπρο να καλύψει το έδαφος για επίτευξη των πανευρωπαϊκών στόχων στο τομέα της κυκλικής οικονομίας.

Η εκστρατεία FOODprint έδωσε παράλληλα σκυτάλη στο μεγάλο 10ετές πρόγραμμα Life που υλοποιεί το Τμήμα Περιβάλλοντος, το LIFE - IP Zero WASTE (LIFE20 IPE/CY/000011) - Έξυπνη παρακολούθηση και αποτελεσματική μείωση των αποβλήτων στην Κύπρο.

Περαιτέρω, η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί επίσης να αξιοποιήσει τα προϊόντα που περιλαμβάνονται στο παρόν Σχέδιο, καθώς υλοποιείται η μεταρρύθμιση της για να αναλάβει τον πλέον πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαχείριση των απορριμμάτων με μεγαλύτερης κλίμακας δομές (Δήμους) και αρμόδια δευτεροβάθμια όργανα σε επαρχιακό επίπεδο.

Το FOODprint αποτέλεσε έτσι τη βάση για την αλλαγή με κοινωνική ζύμωση, διαβούλευση, ανάπτυξη επαφής και διαλόγου. Όλες οι δραστηριότητες FOODprint υποστηρίχθηκαν επικοινωνιακά με ανακοινώσεις, ρεπορτάζ, φιλοξενίες, αναρτήσεις στα social media κοκ

Χειροπιαστά αποτελέσματα

Η εκστρατεία FOODprint στο πλαίσιο του παρόντος Σχεδίου προέβλεψε την περαιτέρω προβολή μέσω της ιστοσελίδας του για σκοπούς αναπαραγωγής όλων των χειροπιαστών προϊόντων της. Αυτά βρίσκονται στον σύνδεσμο <https://www.foodprintcy.eu/el/apotelesmata/> και περιλαμβάνουν:

- > Έρευνες
- > Χαρτογράφηση
- > Διαβουλεύσεις
- > Οδηγός Καλών Πρακτικών για επιχειρήσεις
- > Ενημερωτικό υλικό
- > Εκπαιδευτικό υλικό
- > Πλατφόρμα Συνεργασίας



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Νέα γενιά – Η PSC και η Opinion

- > Εκπαιδεύοντας τους εκπαιδευτικούς
- > Σχολεία Δημοτικού και Γυμνασίου
- > Δημόσιες Τεχνικές Σχολές και Δημόσιες Τριτοβάθμιες Σχολές
Επαγγελματικής Κατάρτισης στον τομέα των Ξενοδοχειακών (ΜΙΕΕΚ)

Επαγγελματικοί Σύνδεσμοι – Δικτύωση Opinion

Τοπική Αυτοδιοίκηση – Δράσεις διαβούλευσης PSC

Φορείς Κύπρου και ΕΕ



Μεταφορά γνώσεων σε ενδιαφερόμενους φορείς



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!



Ιδιαίτερης αξίας στο παρόν Σχέδιο είναι οι δράσεις δικτύωσης για τη μεταφορά γνώσεων, ανταλλαγή εμπειριών και αναπαραγωγή με άλλους φορείς που υλοποιούν έργα LIFE στην Ευρώπη. Ξεχωριστή αξία είχαν η κοινή δράση με τη συμμετοχή των συντελεστών των προγραμμάτων LIFE – IP της Κύπρου και της Ελλάδας, καθώς και της Σλοβενίας.

Το σύνολο των δραστηριοτήτων καταγράφεται σε ειδικό κατάλογος ο οποίος επισυνάπτεται ως παράρτημα, με όλες τις σχετικές πληροφορίες, ενώ γνώσεις που αποκτήθηκαν από τους άλλους φορείς, βρίσκονται αναρτημένες στην ιστοσελίδα FOODprint.

Πάνω στις δραστηριότητες δικτύωσης στηρίχθηκε και η οργάνωση των study visits της εκστρατείας FOODprint.

Σύνοψη

Η επιτυχής υλοποίηση μιας εκστρατείας ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης επηρεάζεται από μια σειρά από παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, ιδίως όταν πρόκειται για την επικοινωνία δημοσίων πολιτικών με τόσο σύνθετες προεκτάσεις.



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Η αποτελεσματικότητα της εκστρατεία FOODprint συνδέθηκε με τις αλυσιδωτές δραστηριότητες του όλου έργου, όπως η διεξαγωγή ερευνών, οι δράσεις διαβούλευσης και προβολής, εκπαίδευσης και δικτύωσης.

Αυτό κρίθηκε εξαρχής αναγκαίο γιατί:

(α) Είναι η πρώτη φορά που υλοποιείται μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης με αυτό το αντικείμενο – τη μείωση της σπατάλης τροφίμων, άρα θα είχε και τον χαρακτήρα τοποθέτησης του προβλήματος στην κοινή γνώμη (agenda setting)

(β) Δεν υπήρχαν επαρκή στοιχεία για να διαμορφωθεί η εικόνα της πραγματικής υφιστάμενης κατάστασης, άρα θα έπρεπε να σχεδιαστούν και να εκπονηθούν έρευνες πεδίου και στοχευμένες ομάδες στόχου για να υπάρξει η βάση (baseline).

(γ) Αποτελεί σοβαρή πρόκληση στη στρατηγική επικοινωνίας, η αποκωδικοποίηση στάσεων και συμπεριφορών και της κουλτούρας των καταναλωτών σε φαινόμενα με πολλαπλές παραμέτρους, στην προσπάθεια να εκπονηθούν επικοινωνιακά μηνύματα, συμπυκνωμένα και διεισδυτικά.

(δ) Η σπατάλη τροφίμων είναι ένα πρόβλημα που προκαλείται από ένα μείγμα από ευδιάκριτες για το κοινό οικονομικές παραμέτρους, αλλά λιγότερο ευδιάκριτες κοινωνικές και ακόμα πιο περιορισμένες στο μυαλό των πολιτών, περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Περαιτέρω υπάρχουν εμπεδωμένες συνήθειες, απουσία προπαίδειας, έλλειψη κινήτρων και υποδομών για θετική ανταπόκριση. Όλες αυτές οι παράμετροι θα πρέπει να συνυπολογίζονται για να επιτευχθούν οι στόχοι – κι αυτοί προκύπτουν μέσα από μικρά – μικρά βήματα.

(δ) Η εκστρατεία FOODprint υιοθέτησε ορθολογικά την προσέγγιση για μετρήσεις κοινής γνώμης, στην αρχή, ενδιάμεσα και στο τέλος της εκστρατείας για να είναι σε θέση να αξιολογεί στοιχεία και δεδομένα για σκοπούς καλύτερης επικοινωνίας και τυχών προσαρμογών.

(ε) Κατά τη διάρκεια της εκστρατείας, η συμπεριφορά των καταναλωτών μεταλλάχθηκε εξαιτίας απρόβλεπτων εξωγενών παραγόντων.

- Αφενός μεσολάβησε η πανδημία που κράτησε σε εγκλεισμό και περιορισμούς τον πληθυσμό, αλλάζοντας τις συνήθειες και την καθημερινότητα του και επηρεάζοντας σοβαρά τη στάση ενδιαφερόμενων φορέων όπως είναι οι ξενοδόχοι, οι



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

προμηθευτές, οι εστιάτορες, οι υπεραγορές. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι υπήρξαν παρενέργειες λόγω μείωσης του κύκλου εργασιών επιχειρήσεων, όπως τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, αλλά και ευνοϊκές συνθήκες για άλλες επιχειρήσεις για να δώσουν ώθηση στην κατανάλωση. Μια μερίδα των καταναλωτών με ασφαλή εργασία ενδεχομένως να έγινε πιο επιρρεπής στην κατανάλωση, αντιθέτως προς άλλους που λόγω της κρίσης και της επισφαλούς θέσης στην αγορά εργασίας να έγιναν πιο συντηρητικοί στην κατανάλωση.

- Αφετέρου, εκδηλώθηκε το μεγάλο κύμα ακρίβειας εξαιτίας του πληθωρισμού μετά την ρωσική εισβολή στην Ουκρανία, την άνοδο των τιμών καυσίμων και ηλεκτρισμού και την συνολική διαφοροποίηση της αγοράς. Οι καταναλωτές έχουν γίνει πιο συγκρατημένοι στις αγορές τους λόγω ακρίβειας και ενδεχομένως πιο πρόθυμοι να κατανοήσουν τα ζητήματα της σπατάλης τροφίμων.

Κάτω από αυτό το φάσμα των προκλήσεων, η εκστρατεία FOODprint ακολούθησε τις εξής αρχές, τις οποίες καταγράφει για να αποτελέσουν το περιεχόμενο της μεταφοράς γνώσεων, εμπειρίας, τεχνικών επικοινωνίας και μαθημάτων που έχει αποκομίσει για να αξιοποιηθούν σε ανάλογα έργα στην Κύπρο και το εξωτερικό.

1. Τοποθέτηση του θέματος! Agenda setting
2. Απλά και διεισδυτικά μηνύματα, βασισμένα σε προτεραιότητες
3. Συνεχείς και συνεκτικές δραστηριότητες, υποστηριζόμενες από ένα Γραφείο Τύπου με κείμενα με δημοσιογραφική γλώσσα κι όχι κείμενα με τεχνικής φύσεως λεπτομέρειες που αφορούν εσωτερικά κάθε έργο.
4. Βέλτιστη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων για προβολή
5. Υποστήριξη της προβολής με διάλογο, διαβούλευση, δικτύωση
6. Πρόκληση ενδιαφέροντος και οικειοποίηση του έργου από την κοινωνία



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Παραρτήματα:

Παράρτημα 1: Κατάλογος δραστηριοτήτων

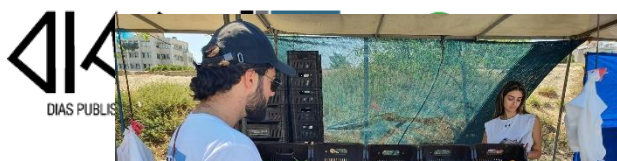
Δικτύωση, Μεταφορά Γνώσεων και Αναπαραγωγής αποτελεσμάτων εκστρατείας FOODprint στην Κύπρο και την Ευρώπη.

Αρχείο D.2. Networking and Users of the Replication Plan (excel file)

Παράρτημα 2: Παρουσίαση Ελληνικά

Παράρτημα 3: Παρουσίαση Αγγλικά

Δράσεις FOODprint – φωτογραφικό υλικό





Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint project is co-funded by the LIFE Programme of the European Union



@foodprintcy

NETWORKING - TRANSFER OF KNOWLEDGE AND REPLICATION

Discussions organized in Cyprus (19)

Project name/ company	Organizer	Country	Date of meeting	Stakeholders	Contact
FOODY (Food Delivery platform)	DIAS	Cyprus	2/25/2021	Food delivery services	https://www.foody.com.cy/
University of Frederick - Department of Environment research	PSC	Cyprus	4/9/2021	Researchers on the topic of food waste	https://www.frederick.ac.cy/en/research/frederick-research-center
Amalthia Trading	OEB	Cyprus	4/14/2021	Producers and Supermarkets	https://amalthiatradinglimassol.com/
Cyprus Pedagogical Institute (Conducting courses on food waste within the school unit January - March 2022)	PSC	Cyprus	1/3/2022	Educators, Primary and Secondary schools	https://mepaa.moec.gov.cy/index.php/el/
Cyprus Pedagogical Institute (Conducting courses on food waste within the school unit January - March 2023)	PSC	Cyprus	1/12/2023	Educators, Primary and Secondary schools	https://mepaa.moec.gov.cy/index.php/el/
Grant Thornton Cyprus (Compost workshop)	PSC	Cyprus	6/6/2022	Educators, Households, businesses	Website: https://www.grantthornton.com.cy/
Online presentation to Local Authorities	PSC	Cyprus	6/24/2022	Local authorities, general public	https://ucm.org.cy/en/
Grant Thornton Cyprus (Foodwaste presentation)	PSC Sustainability Consultants Ltd	Cyprus	4/7/2022	Educators, Households, businesses	Website: https://www.grantthornton.com.cy/
Grant Thornton Cyprus (Smart cooking for healthy meals and reduced food waste)	PSC Sustainability Consultants Ltd	Cyprus	10/18/2022	Educators, Households, businesses	Website: https://www.grantthornton.com.cy/
Cypriot Farmers' Union	OEB	Cyprus	10/21/2022	Farmers	In the framework of the Conferende "Circular Economy and Agriculture

EWWR2022 Seminar	DoE	Cyprus	11/21/2022		https://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/index_gr/index_gr?opendocument
Training of Journalists on Environmental matters	Friends of the Earth Cyprus	Cyprus	12/2/2022	Journalists	
Cyprus Chefs Association	OPINION AND ACTION	Cyprus	12/12/2022	Restaurants, Chefs, Vet providers	Website: cypruschefsassociation.com Email: info@cypruschefsassociation.com
Ministry of Education - Technical Educational and Vocational Education	OPINION AND ACTION	Cyprus	12/15/2022	Educators, Vet providers	Website: http://www.moec.gov.cy/dmteek/
Cyprus Social Innovation ERASMUS projects	OPINION AND ACTION	Cyprus	1/18/2022	Educators, Vet providers	https://csicy.com/
Lidl	Friends of the Earth Cyprus	Cyprus	1/30/2023	Supermarkets	https://www.lidl.com.cy/
OELMEK Teachers Secondary Education Trade Union	OPINION AND ACTION	Cyprus	3/16/2023	Primary education	https://oelmek.com.cy/
Youth Organization Soma Akriton	OPINION AND ACTION	Cyprus	3/25/2023	Youth	https://somaakriton.org/
Online presentation to general public	PSC Sustainability Consultants Ltd	Cyprus	07.04.2023	General Public and journalists	Cyprus Media

EUROPEAN NETWORK - TRANSFER OF KNOWLEDGE AND REPLICATION

STUDY VISITS (3)	
1	Baseline
2	12 weeks
3	24 weeks

Project name/ company	Country	organizer	Date of meeting	Stakeholders	Contact
Boroume.gr	Greece	PSC	3/1/2023	Social Stakeholders and Food donors	BOROUME Greece Boroume.gr
Life Foster project and Life Climate Smart Chefs	Italy	PSC	3/3/2023	Supermarkets, restaurants	ENAIPI Italy Website: https://www.lifefoster.eu/ Website: https://climatesmartchefs.eu/theproject/ Barbara Archesso, project manager for ENAIP NET barbara.archesso@enaip.net Emanuela Vizzarro, project officer emanuela.vizzarro@enaip.net
Food and Drink Conference and Exhibition	UK	OEB & FoE	29-31/03/2023	Food and Drink industry	Food & Drink Federation Website: https://www.fdf.org.uk/ Email: press.office@fdf.org.uk

EUROPEAN NETWORK - TRANSFER OF KNOWLEDGE AND REPLICATION

Project name/ company	Country	FOODprint Partner Organizer	Date of meeting	Stakeholders	Contact
Life Foster (LIFE17 GIE/IT/000579)	Italy and Other Life Projects	O&A + PSC	7/5/2022	Educators, Vet providers	Website: www.lifefoster.eu Email: info@lifefoster.eu
Life Climate Smart Chefs and Chefs Association of Cyprus	Italy	O&A	12/12/2022	Chefs and Restaurants	Website: https://www.lifefoster.eu/ Website: https://climatesmartchefs.eu/theproject/ Barbara Archesso, project manager for ENAIP NET barbara.archesso@enaip.net Emanuela Vizzarro, project officer emanuela.vizzarro@enaip.net
CEI - Greece	Greece	O&A	12/19/2022	Decision Makers, academia	LIFE-IP CEI-Greece LIFE18 IPE/GR/000013
Boroume.gr	Greece	Boroume.gr	3/1/2023	Supermarkets	Website: https://www.boroume.gr/boroume/apotelesmata/
ENAIP NET and Climate Smart Chefs proj	Italy		3/3/2023	Restaurants/ Hotel Industry	ENAIP Barbara Archesso, project manager for ENAIP NET barbara.archesso@enaip.net Emanuela Vizzarro, project officer emanuela.vizzarro@enaip.net

EUROPEAN NETWORKING - TRANSFER OF KNOWLEDGE AND REPLICATION

e-Meetings organized with other LIFE projects across EU

Project name/ company	Organizer	Country	Date of meeting	Stakeholders	Contact	Person we contacted
LIFE funding for waste reduction	DoE	EU	11/26/2020	Life projects	Life Projects DEBAG, DRYWASTE, WASTE2BIO, PAYetheWAYSTE, WASTE CONTROL	
LIFE – Food Waste Stand Up	OPINION AND ACTION SERVICES	Italy	12/3/2020	institutions, science & technology industry, GDO, consumers, households	Website: http://www.lifefoodwastestandup.eu/en	Email: info@lifefoodwastestandup.eu
RE-Think Waste Project (LIFE18 GIE/IT/0001)	OPINION AND ACTION SERVICES	Italy	12/18/2020	Supermarkets, Restaurants, cafes, Households	Website: https://rethinkwaste.eu/	Riccardo Venturi and Michele Giavini
Food4Feed Project (LIFE15 ENV/GR/257)	OPINION AND ACTION SERVICES	Greece	3/10/2021	Hotels	Website: https://life-f4f.gr/	LIFE15 ENV/GR/257Fenia Galliou and Paraskevi Panteli
WASTEless (LIFE15 GIE/HU/001048)	OPINION AND ACTION SERVICES	Hungary	10/22/2021	Restaurants, Households	Website: https://maradeknelkul.hu/en/about-wasteless/	Email: maradeknelkul@nebih.gov.hu
Online Webinar “Natura 2000: Awareness and Information for interested parties”:	LIFE IP Physis project	EU	3/8/2022		https://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/index_gr/index_gr?opendocument	
Climate Smart Chefs (LIFE20 GIC/IT/0017)	OPINION AND ACTION SERVICES	Italy	6/29/2022	Restaurants, Chefs	Website: climatesmartchefs.eu Email: life@fondazionebarilla.com	Graceanne LaCombe almalife@scuolacucina.it
Life Climate Chefs follow up	OPINION AND ACTION SERVICES	Italy	7/12/2022	Restaurants, Chefs	Website: climatesmartchefs.eu Email: life@fondazionebarilla.com	
LIFE IP CARE4CLIMATE (LIFE17 IPC/SI/0001)	OPINION AND ACTION SERVICES	Slovenia	10/17/2022	Educators, Households	Website: www.care4climate.si/en Email: life-klima.mop@gov.si	Lara Habič (lara.habic@gov.si) – food waste expert Jasna Blaj (jasna.blaj@gov.si) – communication officer Tadej Volarič (tadej.volavic@gov.si) – communication officer
LIFE - IP Zero WASTE (-LIFE20 IPE/CY/0001)	OPINION AND ACTION SERVICES	Cyprus	12/9/2022	Supermarkets, Restaurants, Cafes, Households	https://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/index_gr/index_gr?opendocument	Chariklia Mavronicola cmavronicola@environment.moa.gov.cy
CLIMATE SMART CHEFS with Cyprus Chefs Association	OPINION AND ACTION SERVICES	Cyprus	12/12/2022	Restaurants, Chefs, Vet providers	Website: cypruschefsassociation.com Email: info@cypruschefsassociation.com	Stefani Tillirou info@cypruschefsassociation.com

LIFE-IP CEI-Greece (LIFE18 IPE/GR/000013)LIFE - IP Zero WASTE (LIFE20 IPE/CY/000011)	OPINION AND ACTION SERVICES	Greece and Cyprus	12/19/2022	Supermarkets, Restaurants, Cafes, Households	Website: circulargreece.gr Email: circulargreece@prv.ypeka.gr	Ερωφίλη Πολιτοπούλου e. politopoulou@prv.ypeka.gr
Trotec LIFE F3 LIFE 19 ENV/BE/000244	OPINION AND ACTION SERVICES	France and Belgium	1/30/2023	Supermarkets, farmers, industry	Website: https://life.trotec.be/	Carl Blondeel carl. blondeel@trotec.be , Sigrid Pauwelyn sigrid. pauwelyn@trotec.be

EUROPEAN NETWORK - TRANSFER OF KNOWLEDGE AND REPLICATION

Discussions organized in the EU (15)

Project name/ company	Country	Organizer	Date of meeting	Stakeholders	Contact	Person we contacted
		DIAS	11/26/2020			
Boroume	Greece	OPINION AND ACTION	11/11/2021	Households, Charity organizations	Website: https://www.boroume.gr	Ntia Chorafa info@boroume.gr
FoodPrint team (Cyprus) meets Life Climate Smart Chefs (Italy)	OPINION AND ACTION SE	Italy	7/12/2022	Restaurants, Chefs	Website: climatesmartchefs.eu Email: life@fondazionebarilla.com	Graceanne LaCombe almalife@scuolacucin a.it
Wasteless	The Netherlands	OPINION AND ACTION	10/3/2022	Supermarkets	Website: www.wasteless.com	David Kat: david@wasteless. com
Zero Waste Erasmus+ project	Greece	OPINION AND ACTION	10/5/2022	Civil Society	Zero Waste 2020-1-ES02-KA105-014841	Athanasia Karamerou, Roes Cooperativa - Zero
Cyprus Chefs Association – CCA and Life Climate Smart Chefs - Italy	Cyprus and Italy	OPINION AND ACTION	12/12/2022	Chefs, Restaurants	Website: climatesmartchefs.eu/ and Website: https://cypruschefsassociation.com/	Graceanne LaCombe email: almalife@scuolacucin a.it and
LIFE-IP CEI-Greece	Greece	OPINION AND ACTION	12/19/2022	Supermarkets	https://circulargreece.gr/	Mary plati circulargreece@prv. ypeka.gr
TOURing Project	Greece, Portugal, Italy, Belgium	OPINION AND ACTION	20.01.2023	Tourism industry	https://touringproject.eu/	https://touringproject.eu/contact/
Ttui Inter cruises team	Germany	OPINION AND ACTION	16.03.2023	Hotels and Restauran	TUI Cyprus	https://www.tui.co.uk/destinations/europe/cyprus/holidays-cyprus.html

Τέρμα στην σπατάλη τροφίμων!
Save food.
Waste less.



Εκστρατεία Life FoodPrint

Εκστρατεία μείωσης της σπατάλης τροφίμων στην Κύπρο



FOODprint project is co-funded by the LIFE
Programme of the European Union





Ποιοι είμαστε

Πρόγραμμα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης για την σπατάλη τροφίμων και την ανάγκη μείωσης της.

- Για πρώτη φορά στην Κύπρο
- Συγχρηματοδοτείται: ΕΕ, πρόγραμμα Life, πόροι των φορέων που το υλοποιούν
- Προϋπολογισμός: 1.018.869€
- Συνεισφορά ΕΕ: 54,25% (552.736€)
- Διάρκεια: 32 μήνες | Έναρξη: Σεπτέμβριος 2020 | Ολοκλήρωση: Απρίλιος 2023



FOODprint - Εταιρικό Σχήμα



- Επικεφαλής: Εκδοτικός Οίκος Δίας
- Εταίροι: Opinion & Action (O&A) - Σύμβουλοι Επικοινωνίας
Ομοσπονδία Εργοδοτών και Βιομηχάνων (ΟΕΒ)
Parrounas (PSC) - Σύμβουλοι Βιώσιμης Ανάπτυξης
Φίλοι της Γης (FoE)- Κύπρος
Τμήμα Περιβάλλοντος, Υπουργείο Γεωργίας, Αγροτικής Ανάπτυξης & Περιβάλλοντος
- Μικτό πολυπρισματικό εταιρικό σχήμα με πρόσβαση σε όλη την κοινωνία.



Προκλήσεις και στόχοι

- Το πρόβλημα - σπατάλη τροφίμων
- Τεράστιες οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις.

«Είναι απαράδεκτο το γεγονός ότι η πείνα αυξάνεται, τη στιγμή που ο κόσμος σπαταλά πάνω από 1 δισεκατομμύριο τόνους τροφίμων κάθε χρόνο» - Αντόνιο Γκουτέρες #WorldFoodDay

«Περισσότερα από 345 εκατομμύρια άνθρωποι βρίσκονται εκτεθειμένοι στο φάσμα της πείνας λόγω της επισιτιστικής ανασφάλειας του πολέμου μετά τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία» - Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

- Ευρωπαϊκή Ένωση - 90 εκατομμύρια τόνοι τροφίμων/χρόνο 140 δισεκατομμύρια €



Επιπτώσεις από την σπατάλη τροφίμων

Οικονομικές:

Αναξιοποίητες πρώτες ύλες
(απώλεια πόρων και χρημάτων)
Αυξημένο τέλος διαχείρισης
οργανικών αποβλήτων

Κοινωνικές:

1/3 των τροφίμων καταλήγει στα
σκουπίδια
79 εκατομμύρια Ευρωπαίοι πολίτες
ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας
16 εκατομμύρια Ευρωπαίοι πολίτες
εξαρτώνται από την επισιτιστική
βοήθεια



Περιβαλλοντικές:

Παραγωγή περισσότερου φαγητού μεγαλύτερη
άσκηση σε βάρους του φυσικού περιβάλλοντος
Μείωση γονιμότητας εδάφους
Μεγαλύτερη χρήση νερού για τις ανάγκες της
γεωργίας
Μεγαλύτερη χρήση ορυκτών καυσίμων στις
γεωργικές δραστηριότητες
Η απόρριψη των τροφίμων προκαλεί εκπομπές
αερίων του θερμοκηπίου
Μείωση θαλάσσιων και άγριων περιοχών οικοτόπων
Διαχείριση αποβλήτων

Πολιτιστικές:

Η κουλτούρα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην σπατάλη
τροφίμων. Τα απόβλητα τροφίμων που παράγονται κατά
τη διάρκεια κοινωνικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται
με πολιτιστικές πρακτικές παραμένει μια σοβαρή
πρόκληση. Αυτό συμβαίνει επειδή κατά τη διάρκεια των
πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων, το φαγητό
προετοιμάζεται σε μεγάλες ποσότητες, το οποίο τελικά δεν
καταναλώνεται εξ ολοκλήρου και οδηγεί σε αύξηση των
τροφίμων που απορρίπτονται.



Σπατάλη τροφίμων παγκοσμίως σε αριθμούς

Το 1/3 των παραγόμενων προϊόντων τροφίμων ή 1,3 δισεκατομμύρια τόνοι τροφίμων απορρίπτονται κάθε χρόνο παγκοσμίως.

Το μεγαλύτερο ποσοστό, του συνόλου της σπατάλης τροφίμων προέρχεται από τα νοικοκυριά 53%

Ο τομέας του εμπορίου τροφίμων συμμετέχει στο πρόβλημα με ποσοστό της τάξης του 5%

42% προέρχεται από τις υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες, όπως τις μονάδες παραγωγής ή/και επεξεργασίας τροφίμων αλλά και τον τομέα των εστιατορίων και των ξενοδοχείων.

Ποσότητα βιοαποικοδομήσιμων αποβλήτων που έτυχε διαχείρισης σε μονάδες επεξεργασίας αστικών αποβλήτων στην Κύπρο

2017 000's ΤΟΝΟΙ	2018 000's ΤΟΝΟΙ	2019 000's ΤΟΝΟΙ
51,19	111,23	132,66



Οι τρεις πιο σπάταλες χώρες στην ΕΕ



Ολλανδία

α Η Ολλανδία είναι η πρώτη χώρα στην σπατάλη τροφίμων με μέσο όρο **541 κιλά τροφίμων τον χρόνο**

Βέλγιο

Το Βέλγιο είναι η δεύτερη κατά σειρά χώρα στην σπατάλη τροφίμων με **345 κιλά τροφίμων τον χρόνο**

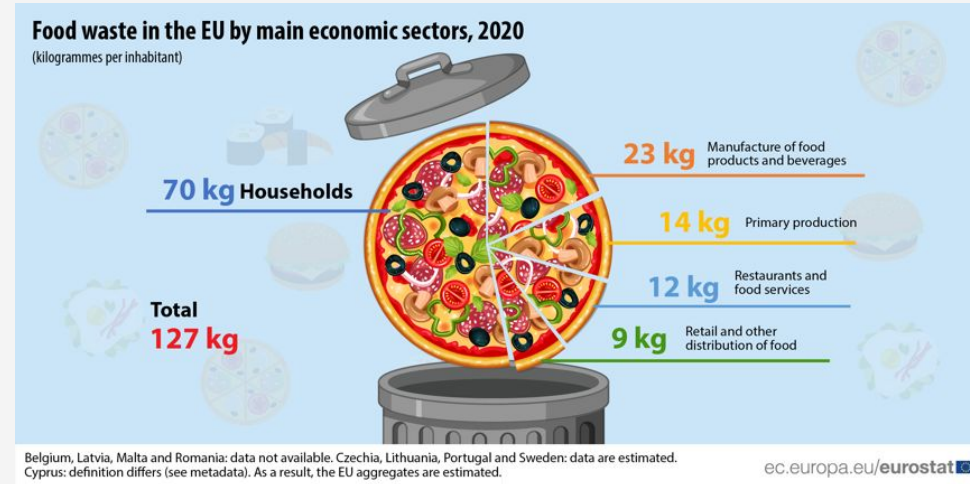
Κύπρος

ς Η Κύπρος είναι η τρίτη κατά σειρά χώρα με την υψηλότερη σπατάλη τροφίμων. Κατά μέσο όρο, ο κάθε συμπολίτης μας, απορρίπτει **327 κιλά τροφίμων τον χρόνο**



Έρευνα Eurostat

Το 2020, το πρώτο έτος της πανδημίας COVID-19, περίπου 127 κιλά τροφίμων ανά κάτοικο σπαταλήθηκαν στην ΕΕ. Τα νοικοκυριά παρήγαγαν το 55% των απορριμμάτων τροφίμων, αντιπροσωπεύοντας 70 κιλά ανά κάτοικο. Το υπόλοιπο 45% ήταν απόβλητα που δημιουργήθηκαν προς τα πάνω στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. (Πηγή Eurostat)



Κύπρος: 155,000 τόνοι απόβλητα τροφίμων (2017) | Εκτιμώμενη απώλεια ανά κάτοικο - 182 κιλά

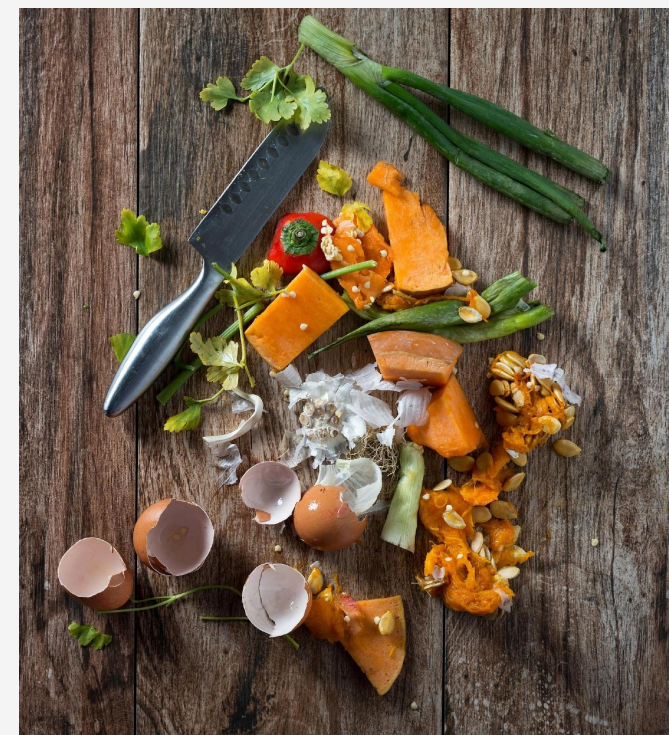


Στόχος εκστρατείας FOODprint

Μείωση της σπατάλης τροφίμων τώρα! Πώς;

Ενημέρωση - Ευαισθητοποίηση - Ανάληψη δράσης:

- 500.000 συμπολίτες μας να ενημερωθούν για τη σπατάλη τροφίμων
- 100.000 ενδιαφερόμενοι φορείς να αλλάξουν συμπεριφορά (επιχειρήσεις, επαγγελματίες, οργανωμένα σύνολα)
- 10% μείωση παραγόμενων αποβλήτων από τη σπατάλη τροφίμων από τις ομάδες στόχους (π.χ. επιχειρήσεις, καταναλωτές, τοπικές αρχές)
- 1000 παιδιά να ενημερωθούν για τη σπατάλη τροφίμων 275 επαγγελματίες και φοιτητές στον τομέα εστίασης και φιλοξενίας να εκπαιδευτούν
- 5.000 επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας να ενημερωθούν
- 15% μείωση απώλειας τροφίμων στην αλυσίδα παραγωγής - επεξεργασίας-τροφοδοσίας





Τι είναι το Σχέδιο Μεταφοράς Γνώσης και Αναπαραγωγής

- Απευθύνεται σε ένα ευρύ δίκτυο φορέων στην Κύπρο και την Ευρωπαϊκή Ένωση
- Περιλαμβάνει:
 - Τις κύριες τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν για την εκπόνηση της στρατηγικής επικοινωνίας
 - Τα μηνύματα που έχουν παραχθεί
 - Τα εργαλεία για την υλοποίηση της εκστρατείας
 - Τις γνώσεις που αποκτήθηκαν μέσα από τις δραστηριότητες:

A2 Mapping of the current situation

A3 Development of Communication Plan

B1 Development of Collaboration Network for Social Food Donation

B2 Workshops/ Consultations with stakeholders

B3 Development of project material delivering knowledge on food waste prevention to key stakeholders

D1 Public awareness campaign and dissemination of results

D2 Networking

- Στόχος είναι η διάδοση και αναπαραγωγή των αποτελεσμάτων του έργου



Γνώσεις που αποκτήθηκαν

1η Παγκύπρια Ποσοτική έρευνα (Νοέμβριος - Δεκέμβριος 2020) - Συνήθειες αγοράς και διαχείρισης τροφίμων σε Κυπριακά νοικοκυριά

- Το 73% των νοικοκυριών αγοράζει περισσότερες από τις απαραίτητες ποσότητες τροφίμων
- Το 85% των νοικοκυριών δηλώνει ότι όταν ετοιμάζει ή παραγγέλλει φαγητό υπάρχουν περισσεύματα
- Το μέσο νοικοκυριό πετάει στα σκουπίδια 23% των εβδομαδιαίων του αγορών σε τρόφιμα, λαχανικά και φρούτα
- Όταν πετάνε φαγητό και τρόφιμα στα σκουπίδια οι πλείστοι νιώθουν τύψεις (56%) και ότι σπατάλησαν τα χρήματα τους άδικα (46%).
- Το αίσθημα ότι η πράξη αυτή κάνει ζημιά στο περιβάλλον είναι λιγότερο διάχυτο (30%).

2η Παγκύπρια Ποσοτική έρευνα (Μάιος 2022) - Τα περισσότερα νοικοκυριά αγοράζουν μεγαλύτερες ποσότητες φαγητού. Γιατί;

- 43% προτιμούν να έχουν περισσότερες ποσότητες μήπως και συμβεί κάτι
- 34% νιώθουν πιο ασφαλής όταν έχουν περισσότερο φαγητό σπίτι
- 33% θέλουν να είναι προετοιμασμένοι όταν έρθουν φιλοξενούμενοι στο σπίτι.
- 61% προετοιμάζουν περισσότερο φαγητό από ότι χρειάζεται όταν έχουν φιλοξενούμενους.
- Φρούτα και λαχανικά είναι τα κύρια σκουπίδια σε νοικοκυριά



Έρευνα σε επιχειρήσεις φιλοξενίας, εστίασης, τροφοδοσίας (01/ - 02/2022)

Γνώση και αντίληψη της ανάγκης για διαχείριση της σπατάλης τροφίμων

2020

Το 82% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά όσον αφορά τα οργανικά απόβλητα

2021

Το 90% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά όσον αφορά τα οργανικά απόβλητα

Οργανικά απόβλητα είναι τα απόβλητα π.χ. κλαδέματα, περισσεύματα τροφών, τροφίμων που μπορούν να αφομοιωθούν από ζωντανούς οργανισμούς/μικροοργανισμούς σε συγκεκριμένες συνθήκες χωρίς να προκαλέσουν οποιαδήποτε ρύπανση ή μόλυνση

Το 76% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά για την κομποστοποίηση

Το 87% των επιχειρήσεων απάντησε σωστά για την κομποστοποίηση

Η κομποστοποίηση είναι μια φυσική διαδικασία η οποία μετατρέπει τα οργανικά υλικά σε εδαφοβελτιωτικό



Take away/Delivery/Dine in

Το ποσοστό των επιχειρήσεων που προσφέρουν take away και delivery έχει αυξηθεί για την περίοδο 2021.

		2020	2021
Πρωινό	Take away	24%	30%
	Delivery	11%	0%
	Dine in	82%	82%
Brunch	Take away	24%	24%
	Delivery	11%	0
	Dine in	53%	76%
Μεσημεριανό	Take away	52%	20%
	Delivery	24%	60%
	Dine in	100%	20%
Δείπνο	Take away	52%	40%
	Delivery	18%	50%
	Dine in	100%	10%



Διαχείριση φαγητού από τις επιχειρήσεις, που δεν καταναλώθηκε από τον πελάτη



2020

47%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό που περίσσεψε στον πελάτη



30%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό σε take away μόνο εάν το ζητήσει ο πελάτης



6%

Προτείνει στον πελάτη το πακέτο take away

2021

0%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό που περίσσεψε στον πελάτη

63%

Δεν δίνεται ποτέ το φαγητό σε take away μόνο εάν το ζητήσει ο πελάτης

37%

Προτείνει στον πελάτη το πακέτο take away



Στρατηγική Επικοινωνίας

Τηλεόραση

- TV spots
- Ειδικά τηλεοπτικά προγράμματα
- Φιλοξενίες

Ραδιόφωνο

- Ραδιοφωνικά μηνύματα
- Ραδιοφωνικές συζητήσεις
- Radio Live Links

Διαδίκτυο - Ιστότοποι

- Ιστοσελίδα Ενημέρωσης
- Υπολογιστής Σπατάλης
- Πλατφόρμα Συνεργασίας

Social Media

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube

Έντυπα

- Ενημερωτικό για τους καταναλωτές
- Ειδικό με οδηγίες και κομποστοποίηση

Προτάσεις για επικοινωνιακές εφαρμογές και λύσεις σε ομάδες - στόχο

- Οδηγός Καλών Πρακτικών για Επιχειρήσεις
- Οδηγός για απλά βήματα και κομποστοποίηση
- Οδηγός Πράσινων Αγορών
- Εκπαιδευτικά μαθήματα για νέους - σχολεία
- Γωνία για δημοσιογράφους



Η παραγωγή των τηλεοπτικών σποτ FOODprint ως «μελέτη περίπτωσης»

- Βασισμένα στις προτεραιότητες: Νοικοκυριά, Εστιατόρια, Υπεραγορές
- Διεσδυτικό motto της εκστρατείας: Είναι κρίμα! Είναι κρίμα!

TV SPOT 1 – Εμείς και ο ...ξεχειλισμένος σκουπιδοτενεκές μας https://youtu.be/rFx5QRk_Peg





TV SPOT 2 – Ο ταβερνιάρης και οι πελάτες <https://youtu.be/7JUUYdwfICs>





TTV SPOT 3 – Πάμε για ψώνια, δεν είμαστε ψώνια! <https://youtu.be/d59cHJVfMwo>





Προτεραιότητες και ομάδες - στόχοι

Η πρόβλεψη για διεξαγωγή σειράς ερευνών κοινής γνώμης και πιο εξειδικευμένης στο χώρο των επιχειρήσεων, αποδείχθηκε καίριας σημασίας για να καθοριστούν τα κεντρικά μηνύματα της εκστρατείας.

Αυτές οι έρευνες ήταν επίσης απαραίτητες για να επαναβεβαιώσουν τις ομάδες - στόχο της εκστρατείας, στις οποίες θα έπρεπε ακολούθως να επικεντρωθεί.

Ομάδες στόχοι

- > Ευρύ κοινό: καταναλωτές, νοικοκυριά
- > Επιχειρήσεις & επαγγελματίες στη φιλοξενία και την εστίαση
- > Νέα γενιά (νέα ζευγάρια, μαθητές/φοιτητές, εκπαιδευόμενοι επαγγελματίες)
- > Ενδιαφερόμενοι φορείς, οργανώσεις, τοπική αυτοδιοίκηση
- > Δημόσιος τομέας, φορείς χάραξης πολιτικής (Κύπρος & ΕΕ)





Λειτουργία Γραφείου Τύπου - Press Office

Στρατηγικές επικοινωνίας - κοινωνία: ευαισθησίες, στερεότυπα, βαθμός ωριμότητας, ετοιμότητα για πρόοδο, ενθάρρυνση κοκ

Κείμενα με δημοσιογραφική επεξεργασία: αποφυγή στερεότυπης, «ξερής» γλώσσας, τυποποιημένων εκφράσεων, εθιμοτυπικών πρωτοκόλλων κοκ

- > Συστηματική προβολή πληροφοριών
- > Ανάδειξη των δραστηριοτήτων της εκστρατείας
- > Κινητοποίηση ενδιαφερόμενων φορέων
- > Απευθείας προσέγγιση κοινού - Infopoints and Radio Live Links



Βέλτιστη αξιοποίηση των μέσων - στρατηγική των μέσων

- Στο διαφοροποιούμενο περιβάλλον της επικοινωνίας, στροφή στην διαδικτυακή προβολή. Όλα - πληροφορίες, εικόνες, βίντεο - στο κινητό τηλέφωνο!
- Διείσδυση μέσω διαδικτυακών ενημερωτικών σελίδων (ΔΙΑΣ - SIGMAlive)
- Τηλεόραση
- Ραδιόφωνο





Ανάπτυξη περιεχομένου δραστηριοτήτων

Σκοπός η ευαισθητοποίηση με:

- Κινητοποίηση και ανάληψη δράσης
 - Δημόσιο διάλογο για την βιώσιμη ανάπτυξη
 - Συζητήσεις για την κυκλική οικονομία - διαχείριση απορριμμάτων
 - Προετοιμασία της κοινής γνώμης για την μεγάλη αλλαγή που έρχεται!
- Δεν αρκεί το μήνυμα - για να εμπεδωθεί.
 - Κοινωνική ζύμωση, διαβούλευση, ανάπτυξη επαφής και διαλόγου.
 - Έχουμε ξοδέψει πολύ λίγα σε gifts αφίσες, δωράκια και ...πεταμένα λεφτά

Όλες οι δραστηριότητες FOODprint υποστηρίχθηκαν επικοινωνιακά με ανακοινώσεις, ρεπορτάζ, φιλοξενίες, αναρτήσεις στα social media



Χειροπιαστά αποτελέσματα για τους ενδιαφερομένους

www.foodprintcy.eu/el/apotelesmata/

- Έρευνες
- Χαρτογράφηση
- Διαβουλεύσεις
- Οδηγός Καλών Πρακτικών για επιχειρήσεις
- Ενημερωτικό υλικό
- Εκπαιδευτικό υλικό
- Πλατφόρμα Συνεργασίας
- Υπολογιστής Σπατάλης
- Γωνιά δημοσιογράφων
- Οδηγός για Πράσινες Συμβάσεις





Οικειοποίηση της προσπάθειας από την κοινωνία

Φορείς της αλλαγής - πολλαπλασιαστές της

- Επιχειρήσεις – ΟΕΒ: Εκπαιδεύσεις, αξιοποίηση Οδηγού Καλών Πρακτικών, προβολή της εκστρατείας.
- Νέα γενιά: Εκπαιδεύοντας τους εκπαιδευτικούς Δημοτικού και Γυμνασίου, τεχνικές Σχολές και ΜΙΕΕΚ.
- Συμμετοχή επαγγελματικών Συνδέσμων - Πχ Σύνδεσμος Αρχιμαγείρων Κύπρου
- Διαβούλευση με την Τοπική Αυτοδιοίκηση
- Επιβράβευση καλού παραδείγματος - Βραβεία ΟΕΒ 2021 και 2022
- Ευρωπαϊκός χώρος: Δικτύωση, ανταλλαγές και Study Visits

Η εκστρατεία FOODprint αποτέλεσε τον προάγγελο για την υλοποίηση της Εθνικής Στρατηγικής της Κύπρου: **LIFE - IP Zero WASTE** - Έξυπνη παρακολούθηση και αποτελεσματική μείωση των αποβλήτων στην Κύπρο



ΣΥΝΟΨΗ - ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η αποτελεσματικότητα της εκστρατείας

(α) Πρώτη εκστρατεία κατά της μείωση της σπατάλης τροφίμων - (agenda setting)

(β) Μέγα ζήτημα η διαμόρφωση baseline - Έρευνες πεδίου και ομάδες-στόχου για να κατανοηθεί η υφιστάμενη κατάσταση - (baseline)

(γ) Το μήνυμα: Ευδιάκριτές αλλά και λιγότερο ευδιάκριτες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις

(δ) Αλυσιδωτές δραστηριότητες, συστηματική προβολή, κινητοποίηση της κοινωνίας

(ε) Η συμπεριφορά των καταναλωτών μεταλλάχθηκε εξαιτίας απρόβλεπτων εξωγενών παραγόντων: η πανδημία, μεγάλο κύμα ακρίβειας εξαιτίας του πληθωρισμού





FOODprint project is co-funded by the LIFE
Programme of the European Union



Ευχαριστούμε!



foodprintcy.eu



@foodprintcy



Τέρμα στην σπατάλη τροφίμων!
Save food.
Waste less.



Awareness Campaign Life FoodPrint

Food waste reduction campaign in Cyprus



FOODprint project is co-funded by the LIFE
Programme of the European Union





Who we are

An information and awareness programme on food waste and the need to reduce it.

- For the first time in Cyprus
- Co-funded: EU, Life programme, resources of the implementing organisations
- Budget: 1.018.869€
- EU contribution: 54,25% (552.736€)
- Duration: 32 months | Start: September 2020 | Completion: April 2023



FOODprint - Company Shape



- Leader: Dias Publishing House
 - Partners: Opinion & Action (O&A) - Communication Consultants.
Federation of Employers and Industrialists (OEB)
Parpounas (PSC) - Sustainable Development Consultants
Friends of the Earth (FoE) - Cyprus
Department of the Environment, Ministry of Agriculture, Rural Development & Rural Development Environment
- Mixed multi-profit partnership with access to the whole community.



Challenges and objectives

- The problem - food waste
- Huge economic, social and environmental implications.

"It is unacceptable that hunger is increasing, at a time when the world wastes over 1 billion tonnes of food every year" - Antonio Guterres #WorldFoodDay

"More than 345 million people are exposed to the spectre of hunger due to food insecurity in the war after the Russian invasion of Ukraine" - International Monetary Fund

- European Union - 90 million tonnes of food/year €140 billion



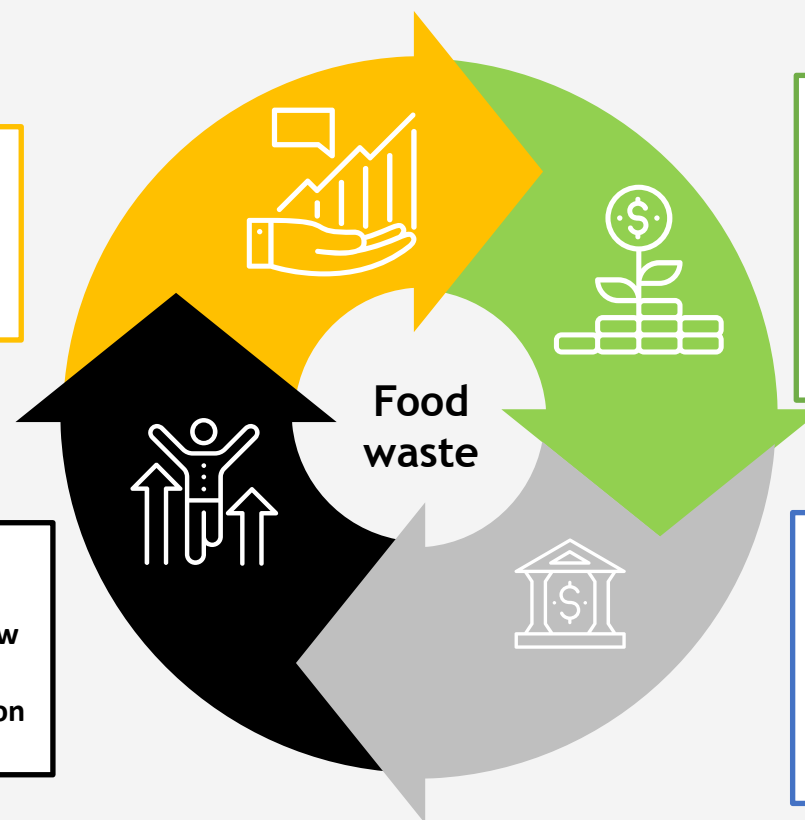
The impact of food waste

Financial:

Unused raw materials (loss of resources and money)
Increased organic waste management fee

Social:

1/3 of food ends up in the trash
79 million European citizens live below the poverty line
16 million European citizens depend on food aid



Environmental:

Producing more food more exercise in weight of the natural environment
Reduction of soil fertility
Greater use of water for the needs of agriculture
Greater use of fossil fuels in agricultural activities
Food waste causes greenhouse gas emissions
Reduction of marine and wildlife habitat areas
Waste management

Cultural:

Culture plays an important role in food waste. Food waste generated during social activities related to cultural practices remains a serious challenge. This is because during cultural and social events, food is prepared in large quantities, which is ultimately not fully consumed and leads to an increase in food waste.



Global food waste in numbers

One third of food products produced, or 1.3 billion tonnes of food is wasted every year worldwide.

The largest share of all food waste comes from households 53%

The food trade sector is involved in the problem with a share of 5%

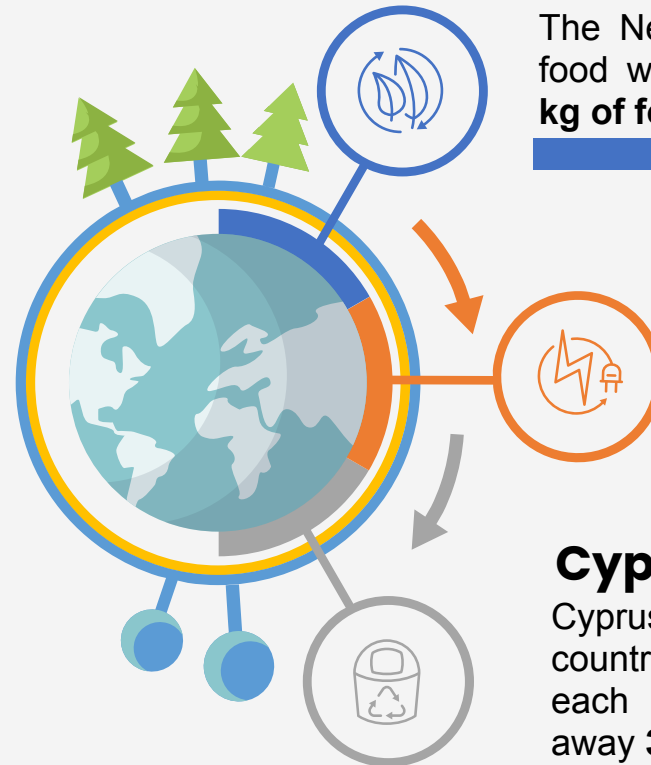
42% comes from other economic activities, such as food production and/or processing plants and the restaurant and hotel sector.

Amount of biodegradable waste received management in processing plants municipal waste in Cyprus

2017 000's tonnes	2018 000's of tonnes	2019 000's of tonnes
51,19	111,23	132,66



The three most wasteful countries in the EU



Netherlands

The Netherlands leads the world in food waste with an average of **541 kg of food waste per year**

Belgium

Belgium is second in food waste with **345 kg of food wasted per year**

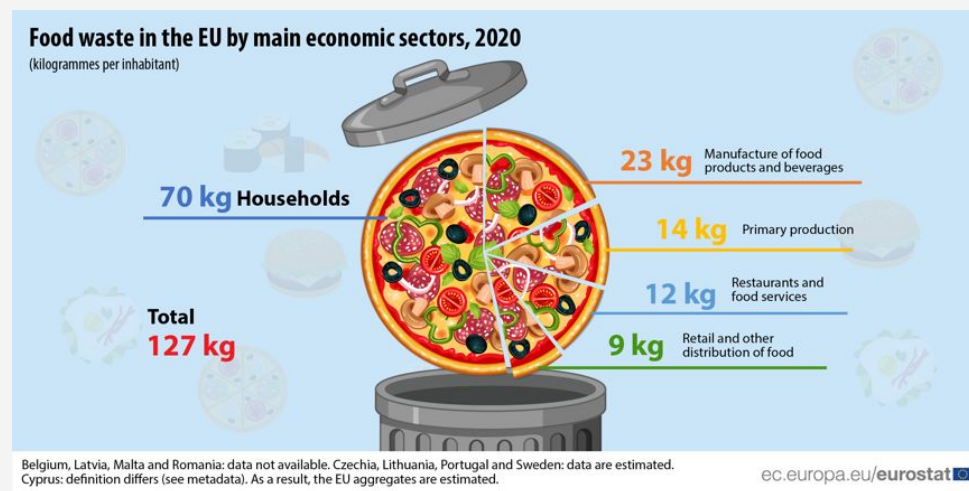
Cyprus

Cyprus is the third most food-wasting country in the world. On average, each of our fellow citizens throws away **327 kilos of food per year.**



Eurostat survey

In 2020, the first year of the COVID-19 pandemic, around 127 kg of food per capita was wasted in the EU. Households produced 55% of food waste, accounting for 70 kg per capita. The remaining 45% was waste generated up the food supply chain. (Source Eurostat)



Cyprus: 155,000 tonnes of food waste (2020) | Estimated loss per capita - 160 kg



FOODprint campaign objective

Reduce food waste now! How?

Information - Awareness - Action:

- 500,000 of our fellow citizens to be informed about food waste
- 100,000 stakeholders to change their behaviour (businesses, professionals, organised groups)
- 10% reduction in waste generated from food waste by target groups (e.g. businesses, consumers, local authorities)
- 1000 children to be informed about food waste 275 professionals and students in the catering and hospitality sector to be trained
- 5.000 catering and hospitality businesses to be informed
- 15% reduction in food loss in the production-processing-feeding chain





Networking and Transfer of Knowledge Plan

- It is addressed to a wide network of stakeholders in Cyprus and the European Union
- Includes:
 - The main techniques used to develop the communication strategy
 - The messages that have been produced
 - The tools to implement the campaign
 - The knowledge gained through the activities:
 - A2** Mapping of the current situation
 - A3** Development of Communication Plan
 - B1** Development of Collaboration Network for Social Food Donation
 - B2** Workshops/ Consultations with stakeholders
 - B3** Development of project material delivering knowledge on food waste prevention to key stakeholders
 - D1** Public awareness campaign and dissemination of results
 - D2** Networking
- The aim is to disseminate and reproduce the results of the project



Knowledge acquired

1st Pancyprrian Quantitative Survey (November - December 2020) - Food purchasing and management habits in Cypriot households

- 73% of households buy more than the necessary quantities of food
- 85% of households say there are leftovers when preparing or ordering food
- The average household throws away 23% of its weekly food, vegetable and fruit purchases
- When throwing food and groceries in the trash, most people feel guilty (56%) and that they have wasted their money unnecessarily (46%).
- The feeling that this action is damaging to the environment is less widespread (30%).

2nd Pancyprrian Quantitative Survey (May 2022) - Most households buy larger quantities of food. Why?

- 43% prefer to have more quantities in case something happens
- 34% feel safer when they have more food at home
- 33% want to be prepared when guests come home.
- 61% prepare more food than necessary when they have guests.
- Fruit and vegetables are the main litter in households



Hospitality, catering and catering services survey (01/ - 02/2022)

Knowledge and understanding of the need to manage food waste

2020

82% of businesses answered correctly
regarding organic waste

2021

90% of businesses answered correctly
regarding organic waste

Organic wastes are wastes e.g. prunings, leftover food, food leftovers that can be assimilated by living organisms/micro-organisms under specific conditions without causing any pollution or contamination

76% of businesses answered correctly about
composting

87% of businesses answered correctly about
composting

Composting is a natural process that converts organic materials into a soil amendment



Take away/Delivery/Dine in

The percentage of businesses offering takeaway and delivery has increased for the period 2021.

		2020	2021
Breakfast	take away	24%	30%
	Delivery	11%	0%
	Dine in	82%	82%
Brunch	take away	24%	24%
	Delivery	11%	0
	Dine in	53%	76%
Lunch	take away	52%	20%
	Delivery	24%	60%
	Dine in	100%	20%
Dinner	take away	52%	40%
	Delivery	18%	50%
	Dine in	100%	10%



Management of food from businesses, not consumed by the customer



2020

47%

Leftover food is never given to the customer



30%

Food is never given in takeaway unless the customer requests it



6%

Suggests the take away package to the customer

2021

0%

Leftover food is never given to the customer

63%

Food is never given in takeaway unless the customer requests it

37%

Suggests the take away package to the customer



Communication Strategy

Television

- TV spots
- Special TV programmes
- Hosting

Radio

- Radio messages
- Radio debates
- Radio Live Links

Internet - Websites

- Information website
- Waste calculator
- Cooperation Platform

Social media

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube

Forms

- Information for consumers
- Special with instructions and composting

Suggestions for communication applications and solutions in target groups - target

- Good Practice Guide for Business
- Guide to simple steps and composting
- Green Buying Guide
- Educational courses for young people - schools
- Corner for journalists



The production of FOODprint TV spots as a "case study"

- Based on priorities: Households, Restaurants, Supermarkets
- The campaign's pervasive motto: It's a shame! It's a shame!

TV SPOT 1 - Us and our overflowing garbage can https://youtu.be/rFx5QRk_Peg





TV SPOT 2 - The innkeeper and the customers <https://youtu.be/7JUUYdwfICs>





TTV SPOT 3 - Let's go shopping, we are not shopping! <https://youtu.be/d59cHJVfMwo>





Priorities and groups - targets

The provision to conduct a series of public opinion surveys, and more specifically in the business sector, proved crucial in defining the central messages of the campaign.

These surveys were also necessary to reconfirm the target groups on which the campaign should subsequently focus.

Target groups

- > Wide audience: consumers, households
- > Businesses & professionals in hospitality and catering
- > New generation (new couples, students, trainees, students, train professionals)
- > Stakeholders, organisations, local government
- > Public sector, policy makers (Cyprus & EU)





Operation of the Press Office - Press Office

Communication strategies - society: sensitivities, stereotypes, degree of maturity, readiness for progress, encouragement, etc.

Journalistically edited texts: avoiding stereotypical, "dry" language, standard expressions, etiquette protocols, etc.

- > Systematic display of information
- > Promotion of the campaign activities
- > Stakeholder mobilisation
- > Direct audience outreach - Infopoints and Radio Live Links



Optimal use of media - media strategy

- In the diversifying communication environment, a shift to online promotion. Everything - information, images, videos - on the mobile phone!
- Penetration through online news sites (DIAS - SIGMAlive)
- Television
- Radio





Development of activity content

The aim is to raise awareness by:

- Mobilisation and action
 - Public dialogue on sustainable development
 - Discussions on the circular economy - waste management
 - Preparing public opinion for the great change that is coming!
- The message is not enough - it has to be embedded.
 - Social fermentation, consultation, contact and dialogue.
 - We have spent very little on gift posters, gifts and wasted money

All FOODprint activities were complimented with announcements, reports, hosting, social media posts



Tangible results for stakeholders

www.foodprintcy.eu/el/apotelesmata/

- Research
- Mapping
- Consultations
- Good Practice Guide for businesses
- Information material
- Educational material
- Cooperation Platform
- Waste calculator
- Journalists' Corner
- Guide to Green Contracts





Society's engagement

Agents of change - multipliers of change

- Businesses - OEB: Training, use of the Good Practice Guide, promotion of the campaign.
- New generation: Training primary and secondary school teachers, technical schools and technical colleges.
- Participation of professional associations - e.g. Cyprus Association of Chefs
- Consultation with Local Government
- Rewarding good example - 2021 and 2022 CEC Awards
- European area: networking, exchanges and Study Visits

The FOODprint campaign was the precursor for the implementation of the Cyprus National Strategy **LIFE - IP Zero WASTE** - Smart monitoring and effective waste reduction in Cyprus



SUMMARY - CHALLENGES

The effectiveness of the campaign

- (a) First campaign against food waste reduction - (Agenda setting)
- (b) Definition of the base baseline - Field surveys and target groups to understand the current situation
- (c) The message: Less visible on social and environmental impacts
- (d) Chain activities, systematic outreach, community mobilisation
- (e) Consumer behaviour has been altered by unforeseen external factors: the pandemic, a big wave of inflation-induced price inflation





FOODprint project is co-funded by the LIFE
Programme of the European Union



Thank you!



foodprintcy.eu



@foodprintcy

