

- MENDELU
- Provozně
- ekonomická
- fakulta

Jak šetřit jídlem v domácnostech

Doporučení pro spotřebitele a veřejnou správu



2025

Jak šetřit jídlem v domácnostech

Doporučení pro spotřebitele a veřejnou správu

Autoři

Ing. Lucie Veselá, Ph.D.; Ing. Irena Baláková, Ph.D.; Ing. Andrea Králiková, Ph.D.;
doc. Ing. et Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.; Mgr. Anna Strejcová; Ing. Denisa Rybářová;
Mgr. Kateřina Rohanová; Ing. Mgr. Jiří Remr, Ph.D., MBA; Michaela Číhalíková Straková,
DiS.; Ing. David Hrabina



Projekt č. SS06010276 je financován se státní podporou Technologické agentury ČR a Ministerstva životního prostředí ČR v rámci programu Prostředí pro život, který je zaměřený na výzkum ve veřejném zájmu.

Vydala

Mendelova Univerzita v Brně, Zemědělská 1, 602 00 Brno, 2025

ISBN 978-80-7701-038-2 (online ; pdf)

<https://doi.org/10.11118/978-80-7701-038-2>



Open Access. Publikace *Jak šetřit jídlem v domácnostech* podléhá licenci
CC BY-NC-ND 4.0. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.cs>

Obsah

Úvod	4
Výzkum Prague Food Waste v domácnostech.....	5
Průběh výzkumu.....	5
Výsledky rozborů odpadů z pražských domácností.....	7
Složení plýtvání potravinami	8
Sezónnost v plýtvání potravinami.....	9
Typ zástavby a plýtvání potravinami	10
Návyky domácností a příčiny plýtvání potravinami	11
Proč je potřeba snižovat potravinový odpad v domácnostech	16
Finanční dopady plýtvání potravinami v domácnostech	16
Environmentální dopady plýtvání potravinami v domácnostech.....	16
Etické dopady plýtvání potravinami v domácnostech	17
Sociální dopady plýtvání potravinami v domácnostech.....	17
Motivace ke změně	18
Doporučení, jak předcházet potravinovému odpadu	20
Doporučení pro veřejnou správu	21
Doporučení pro retail	41
Seznam zdrojů.....	44

Úvod

Plýtvání potravinami představuje významnou environmentální i ekonomickou zátěž. Dochází při něm k neefektivnímu využívání přírodních zdrojů, z nichž jsou potraviny produkovány, a zároveň k nárůstu emisí skleníkových plynů. Ekonomické dopady se projevují jak při zpracování potravinového odpadu, tak přímo u samotných spotřebitelů. V Evropské unii připadá na jednoho obyvatele průměrně 132 kg potravinového odpadu ročně, přičemž více než polovina tohoto množství pochází z domácností – konkrétně jde o 72 kg na osobu (Eurostat, 2024).

Tato příručka je zpracována v návaznosti na výsledky výzkumu Prague Food Waste, který si stanovil cíl získat primární data o vzniku potravinového odpadu v České republice a navrhnout vhodná řešení pro český kontext. Projekt Prague Food Waste probíhal v letech 2023-2025 a zahrnoval měření potravinového odpadu z domácností, školních jídelen, domovech pro seniory a nemocnic v Praze. Výzkum plýtvání v domácnostech zahrnoval kromě měření potravinového odpadu formou rozborů odpadů i kvantitativní a kvalitativní výzkum zaměřený na poznání determinantů chování domácností, příčin plýtvání a motivace spotřebitelů ke změně vedoucí k snížení plýtvání potravinami.

Na základě zjištění výzkumu vznikla doporučení pro veřejnou správu a další subjekty komunikující s domácnostmi problematiku plýtvání potravinami včetně konkrétních komunikačních návrhů. Výsledky výzkumu z organizací (nemocnice, školní jídelny aj.) jsou dostupné v samostatných brožurách na webové stránce projektu **Prague Food Waste**.

Výzkum Prague Food Waste v domácnostech

Průběh výzkumu

Výzkum zaměřený na produkci potravinového odpadu v domácnostech na území hlavního města Prahy realizoval v roce 2023 a 2024 tým z Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně ve spolupráci s organizací GREEN Solution a INESAN. Výzkum zahrnoval kombinaci sekundárních analýz, dotazníkového šetření, hloubkových rozhovorů a rozborů směšného komunálního odpadu (SKO). Cílem výzkumu bylo komplexní zmapování míry plýtvání potravinami v různých typech pražských domácností a identifikace klíčových faktorů ovlivňujících spotřebitelské chování.

Výzkum byl zaměřen na následující aktivity:

- analýzu dostupných sekundárních dat se zaměřením na různé typy bytové zástavby,
- zjištění socioekonomických charakteristik obyvatel a identifikaci sezónních vzorců v produkci potravinového odpadu,
- vytvoření databáze městských částí hl. m. Prahy umožňující propojení socioekonomických ukazatelů s typem zástavby a spotřebitelským chováním,
- návrh strukturovaného dotazníkového šetření,
- přípravu a realizaci rozborů SKO,
- vytipování lokalit reprezentujících různé typy zástavby, ve spolupráci s Magistrátem hl. m. Prahy a společností Pražské služby, a.s.,
- realizaci kvalitativního výzkumu formou hloubkových rozhovorů.

Dotazník byl navržen na základě **teorie plánovaného chování (TPB)** a zaměřil se na postoje a návyky v oblasti **nakládání s potravinami, způsoby nákupního chování, frekvenci přípravy jídel a management potravin v domácnostech**. Vzhledem k důrazu projektu na odlišnosti ve spotřebitelském chování podle typu zástavby, bylo od původně plánovaného členění lokalit podle sociálního statusu (např. vyloučená lokalita, vilová či luxusní čtvrť) upuštěno, a to kvůli subjektivnímu vnímání respondentů. Typologie zástavby byla proto stanovena objektivně dle formy bydlení:

- byt v sídlištní zástavbě,
- byt mimo sídlištní zástavbu,
- dům v městské zástavbě (bez nebo s okrasnou zahradou),
- dům ve venkovské zástavbě (s užitkovou zahradou).

Toto vymezení umožnilo objektivní kategorizaci zástavby a **srovnání spotřebitelských vzorců mezi jednotlivými typy domácností**. Dotazníkové šetření proběhlo v listopadu 2023 na reprezentativním vzorku 500 respondentů z Prahy ve věku 18+, s rovnoměrným zastoupením podle pohlaví, vzdělání, věku a městských částí. Průměrná doba vyplnění dotazníku činila přibližně 20 minut. Data byla analyzována pomocí softwaru Power BI.

Reprezentativní vzorky SKO byly odebrány z pěti vybraných pražských čtvrtí, které reprezentovaly různé typy zástavby a odlišné sociodemografické charakteristiky:

- Dubeč – Praha 15 (venkovská zástavba),
- Chodov – Praha 11 (sídlištní zástavba),
- Řepy – Praha 6 (nájemní byty),
- Hostivař – Praha 15 (luxusní zástavba),
- Petrovice – Praha 15 (vilová zástavba).

Rozbory byly naplánovány tak, aby pokryly všechna roční období. Cílem bylo určit složení SKO podle materiálových skupin v hmotnostním vyjádření (%), se zvláštním zaměřením na podíl biologicky rozložitelného odpadu. Celkem bylo analyzováno **20 vzorků o hmotnosti přesahující 4 000 kg**.

Součástí výzkumu byl také kvalitativní výzkum formou **20 hloubkových rozhovorů** s respondenty ve věku 26–76 let, který umožnil hlubší vhled do chování domácností.

S Rozhovory navazovaly na kvantitativní šetření a byly strukturovány

do čtyř tematických bloků:

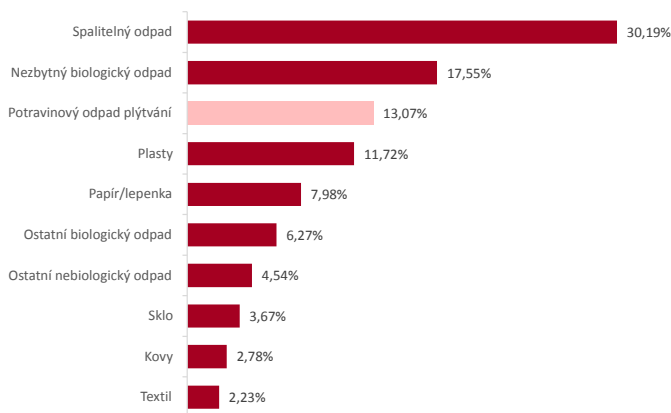
- nákupní chování a nakládání s potravinami,
- situační vlivy při zacházení s potravinami,
- postoje k šetrnému nakládání s potravinami,
- sociální a komunikační vlivy v oblasti potravinového odpadu.

Výsledky rozborů odpadů z pražských domácností

Směsný komunální odpad (SKO) v domácnostech představuje zásadní složku městských odpadů, přičemž významnou část tvoří biologický odpad, včetně vyplýtvaných potravin. V roce 2024 byla v Praze realizována čtyři měření SKO – na jaře, v létě, na podzim a v zimě. Přičemž analýza se zaměřila na podrobné zjištění složení odpadu podle typu zástavby a ročního období. Primárním cílem bylo identifikovat podíl biologického odpadu, s důrazem na složky odpovídající plýtvání potravinami, a porovnat výsledky mezi různými typy městské zástavby a jednotlivými ročními obdobími. Získané údaje poskytují klíčové poznatky pro hlubší pochopení struktury odpadového hospodářství domácností a slouží jako podklad pro cílenou přípravu opatření směřujících ke snižování množství potravinového odpadu.

Celková skladba směsného komunálního odpadu

V průměrném vzorku SKO z domácností v Praze za rok 2024 bylo zastoupení jednotlivých složek následující.

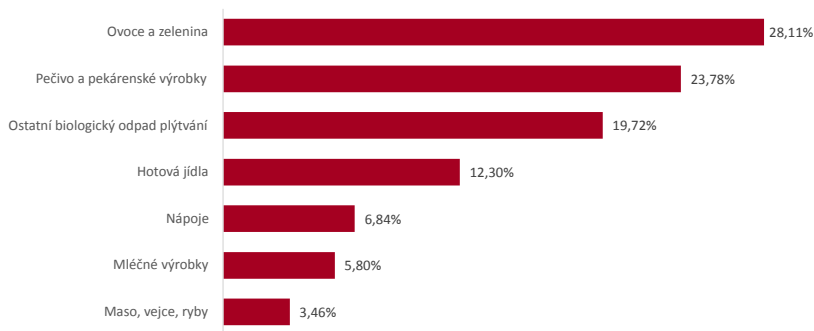


Hlavní složky odpadu

- **Spalitelný odpad** představuje největší podíl SKO, a to **30,19 %**. Tato kategorie zahrnuje složky odpadu, které nelze dále využít a jsou určeny k energetickému využití nebo k odstranění.
- **Plasty** tvoří **11,72 %**, **papír a lepenka** se na celkovém SKO podílejí **7,98 %**, což naznačuje určitý potenciál pro zlepšení třídění.
- **Nezbytný biologický odpad** tvoří **17,55 %**. Jedná se o biologické zbytky, které nelze považovat za plýtvání potravinami. Například slupky, kosti či jiné nejedlé části.
- Ze skladby odpadu je patrné, že **biologický odpad** celkově tvoří více než **třetinu** hmotnosti SKO a z toho značnou část tvoří právě **vyplýtvané potraviny** a to **13,07 %**.

Složení plýtvání potravinami

Dle rozborů SKO byly hlavní složky plýtvání následující, přičemž více jak polovina plýtvání připadá pouze na dvě kategorie a to ovoce, zeleninu a pečivo a pekárenské výrobky.



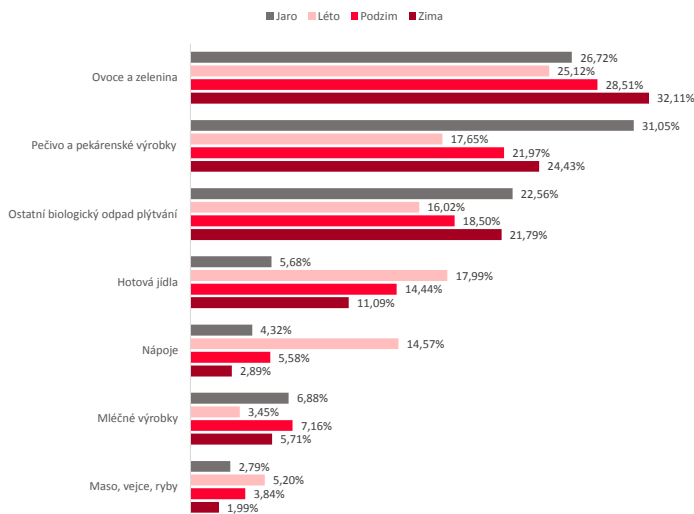
Ovoce a zelenina tvoří **28,11 %** celkového plýtvání potravinami, čímž zauímají největší podíl mezi všemi sledovanými kategoriemi. Významné zastoupení této kategorie ukazuje na nutnost větší ohleduplnosti při nakládání s čerstvými potravinami. **Pečivo a pekárenské výrobky** představují **23,78 %** z celkového množství vyplývaných potravin, což je druhý nejvyšší podíl. Pečivo stejně jako ovoce a zelenina je tradičně jednou z nejčastějších součástí domácích zásob, avšak jejich časté vyhazování znamená nejen plýtvání samotnými produkty, ale i energií a zdroji spojenými s jejich výrobou. Jejich vysoké zastoupení v SKO poukazuje na význam lepšího plánování spotřeby a hospodaření s potravinami.

Hotová jídla představují **12,30 %** celkového plýtvání. Tato hodnota zahrnuje nedojedené obědy, večeře, ale i předem připravené pokrmy, které nebyly spotřebovány včas. Vysoký podíl ukazuje na nutnost lepšího plánování porcí a termínů spotřeby.

S podílem **3,46 %** tvoří **maso, vejce a ryby** nejmenší, ale z hlediska environmentálních dopadů velmi významnou složku. Vyhazování živočišných produktů je obzvláště problematické, vzhledem k náročnosti jejich produkce a vysokým emisím spojeným s jejich výrobou.

Sezónnost v plýtvání potravinami

Struktura plýtvání potravinami v domácnostech není v průběhu roku stabilní, ale podléhá sezónním výkyvům. Rozdíly mezi jednotlivými ročními obdobími odrážejí změny ve spotřebitelském chování, dostupnosti potravin a způsobu jejich využívání.



Na **jaře** dosahuje výrazného maxima podíl pečiva a pečárenských výrobků, který činí 31,05 %, což je nejvyšší hodnota této kategorie napříč všemi ročními obdobími. Tento podíl je výrazně vyšší než v létě (17,65 %), na podzim (21,97 %) i v zimě (24,43 %). Plýtvání pečivem je tedy na jaře zcela dominantní. Naopak podíl hotových jídel je na jaře velmi nízký (5,68 %), což ukazuje na sezónní změny v přípravě a konzumaci jídel.

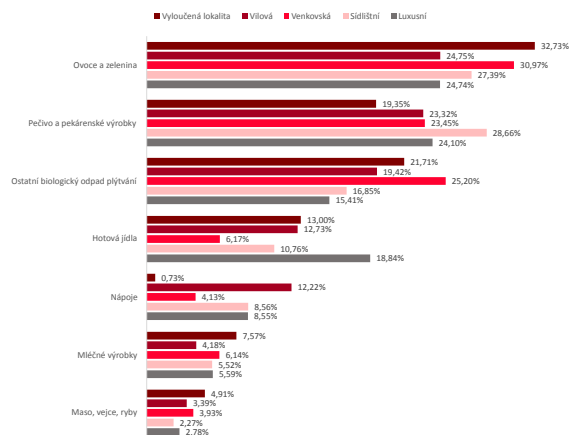
V **létě** výrazně stoupá podíl hotových jídel, který dosahuje 17,99 %, což je nejvyšší hodnota této kategorie v průběhu roku. Tento výsledek naznačuje zvýšené plýtvání hotovými pokrmy během letních měsíců, pravděpodobně v souvislosti s vyššími teplotami a kratší trvanlivostí potravin. Zároveň je v létě vidět nápadně vyšší podíl nápojů (14,57 %) oproti ostatním obdobím, kde nápoje tvoří výrazně nižší podíly (jaro 4,32 %, podzim 5,58 %, zima 2,89 %).

Na **podzim** dominuje podíl ovoce a zeleniny, který tvoří 28,51 %, tedy druhou nejvyšší hodnotu této kategorie za celý rok (vyšší je jen v zimě). Na podzim je také relativně vyrovnaná struktura plýtvání. Jednotlivé složky (ovoce, pečivo, hotová jídla, mléčné výrobky) jsou rozloženy vyváženěji než v ostatních obdobích, bez extrémních odchylek.

V **zimním** období se velmi výrazně zvyšuje podíl ovoce a zeleniny, který dosahuje 32,11 %, což je nejvyšší hodnota za celý rok. Naopak v zimě klesá podíl nápojů na pouhých 2,89 %, což je nejnižší hodnota napříč ročními obdobími a značí nižší spotřebu nápojů v chladných měsících.

Typ zástavby a plýtvání potravinami

Plýtvání potravinami v domácnostech úzce souvisí s prostředím, ve kterém lidé žijí. Typ zástavby, ať už jde o luxusní vilovou čtvrť, sídliště nebo vyloučené lokality, odráží nejen ekonomické možnosti obyvatel, ale i jejich životní styl. Srovnání podílu jednotlivých složek potravinového odpadu napříč různými typy zástavby tak zdůrazňuje specifické rysy každého prostředí.



Luxusní zástavba vykazuje nejvyšší podíl hotových jídel, který zde tvoří 18,84 % celkového potravinového plýtvání. Tento výsledek poukazuje na častější konzumaci připravených pokrmů, které následně končí v odpadu. Dále je patrné rovnoměrné zastoupení ovoce a zeleniny (24,74 %) a pečiva (24,10 %).

Sídlištní zástavba se vyznačuje nejvyšším podílem plýtvání pečivem, který dosahuje 28,66 %, což výrazně převyšuje ostatní typy zástaveb. Plýtvání je zde výrazně koncentrováno právě v této kategorii, zatímco ostatní složky, jako například ovoce a zelenina (27,39 %), zůstávají na úrovni srovnatelné s průměrem ostatních lokalit. Charakteristická je také relativně vyrovnaná hodnota ostatního biologického odpadu z plýtvání, hotových jídel a nápojů.

Venkovská zástavba se vyznačuje dominantním podílem plýtvání ovocem a zeleninou, které zde tvoří 30,97 % z celkového objemu vyplývaných potravin. Velmi výrazné je rovněž zastoupení pečiva (23,45 %). Naopak hotová jídla zde představují pouze 6,17 %, což je nejnižší hodnota mezi všemi sledovanými typy zástavby.

Vilová zástavba je charakteristická nejvyšším podílem nápojů, který zde činí 12,22 % – výrazně více než ve všech ostatních oblastech. Plýtvání je zde rovnoměrně rozloženo mezi ovocem a zeleninou (24,75 %) a pečivem (23,32 %), což svědčí o vyváženém, ale přesto značném plýtvání čerstvými produkty. Ostatní složky potravinového odpadu jsou zde zastoupeny spíše průměrně, bez výraznějších výkyvů.

Ve **vyloučených lokalitách** dominuje ovoce a zelenina, které tvoří až 32,73 % z celkového plýtvání. Jedná se o nejvyšší hodnotu této kategorie napříč všemi typy zástaveb. Zároveň je zde nejvyšší podíl mléčných výrobků (7,57 %). Oproti jiným lokalitám zde dochází k minimálnímu plýtvání nápoji, které zde tvoří pouze 0,73 %.

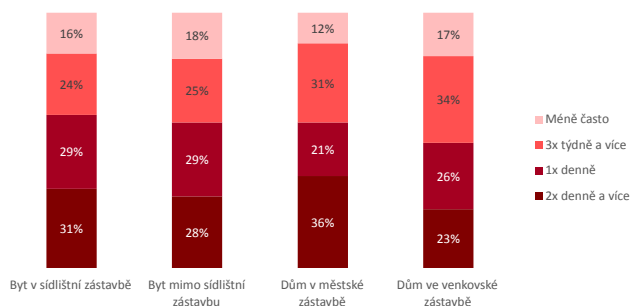
Shrnutí hlavních zjištění

- Biologický odpad tvoří více než třetinu veškerého smíšeného komunálního odpadu produkovaného domácnostmi v Praze.
- Plýtvání potravinami se na celkovém SKO podílí 13,07 %, což představuje významnou část odpadu, která by mohla být efektivně snížena.
- Největší podíl plýtvání připadá na ovoce, zeleninu a pečivo, které dohromady tvoří téměř 7 % veškerého SKO a více než polovinu z celkového množství vyhozených potravin.
- Výsledky odhalily výrazné sezónní rozdíly, což podtrhuje potřebu přizpůsobovat preventivní opatření jednotlivým ročním obdobím.
- Typ zástavby má klíčový vliv na skladbu plýtvání: v luxusních lokalitách se nejvíce vyhazují hotová jídla, na sídlištích dominuje plýtvání pečivem a vilové čtvrti vykazují nejvyšší podíl nápojů v odpadu.

Návyky domácností a příčiny plýtvání potravinami

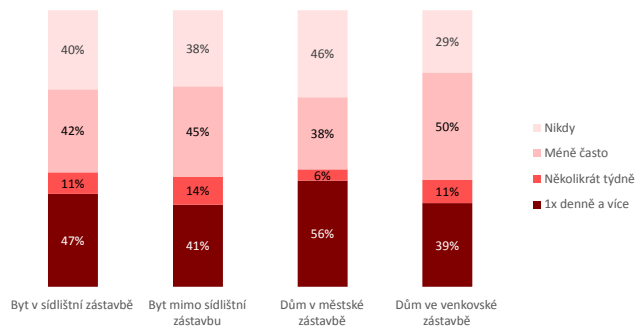
Food management v domácnosti začíná plánováním spotřeby potravin a nákupem, pokračuje přípravou pokrmů a končí nakládáním s případným odpadem. Dle **výsledků dotazníkového šetření** více než polovina domácností (58 %) připravuje doma alespoň jednou denně hlavní pokrm jako oběd nebo večeři a 30 % domácností připravuje hlavní jídlo doma dva a vícekrát denně. Napříč zástavbami dle klasifikace v dotazníkovém šetření nejsou patrné výrazné rozdíly.

Frekvence přípravy hlavního jídla v domácnosti



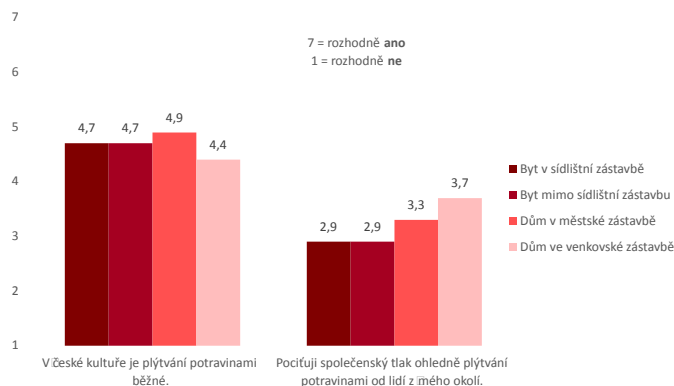
Část pražských domácností je zvyklá objednávat hlavní jídlo s následnou konzumací doma. Podobně jako u přípravy jídla v domácnosti nejsou patrné zásadní rozdíly mezi zástavbami, pouze náznak zvýšené frekvence objednávek u domů v městské zástavbě bez užitkové zahrady, což by mohlo potvrzovat **zvýšenou konzumaci hotových jídel v luxusní zástavbě** (dle rozborů odpadů v předchozí kapitole).

Frekvence objednávek hlavního jídla domů



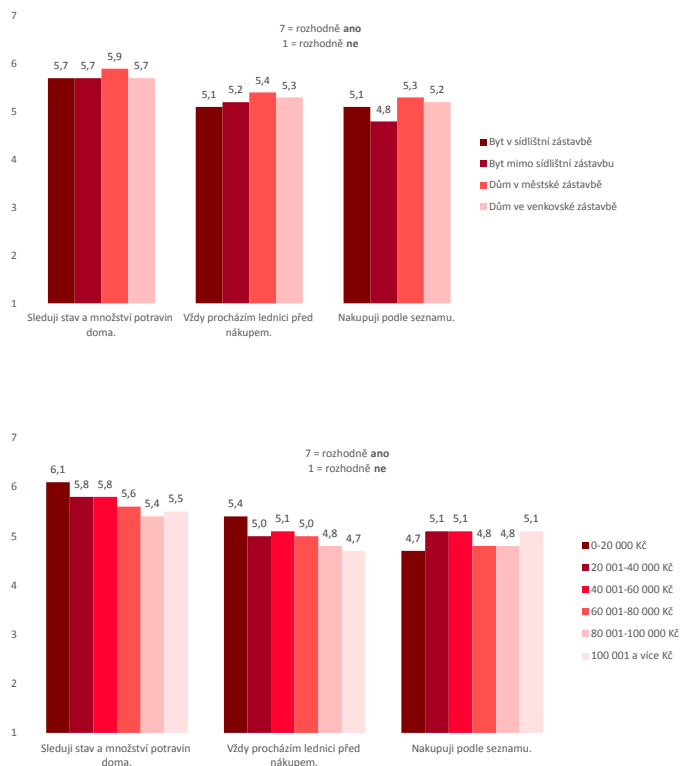
Domácnosti vnímají plýtvání potravinami jako nežádoucí a ztotožňují se se záměrem spotřebovat všechny nakoupené potraviny. Na druhou stranu spotřebitelé uvádí, že **plýtvání potravinami je v české kultuře běžné**. Na hodnotící škále 1-7 se přiklání k souhlasu. Společenský tlak ohledně plýtvání potravinami převážně nepociťují. Zde je patrný malý rozdíl mezi zástavbami, kde v domech spotřebitelé vnímají společenský tlak mírně více.

Vnímání plýtvání potravinami spotřebiteli



Napříč zástavbami se domácnosti shodují, že hlavními faktory určující nakládání spotřebitelů s potravinami jsou povahové rysy a výchova v rodině. Pozitivní zjištění je, že většina domácností uvádí, že sleduje stav a množství potravin doma. Mezi zástavbami nejsou znatelné rozdíly v přístupu k plánování spotřeby potravin v domácnosti, avšak v kontextu sociální skupiny dané úrovní měsíčního disponibilního příjmu domácnosti, je pozorovatelné, že **domácnosti s nižšími příjmy, sledují stav potravin a plánují spotřebu více.**

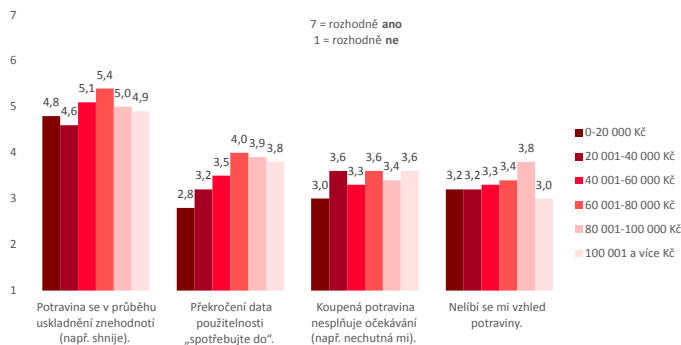
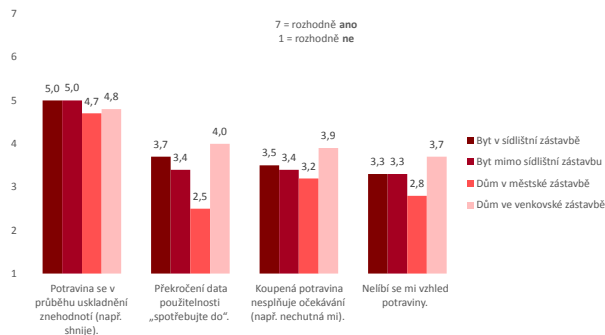
Plánování spotřeby a nákupu potravin



Při výběru potravin se respondenti cítí nejvíce ovlivnění cenou a jejich dřívějšími zkušenostmi. U vyšších příjmových skupin je preferována kvalita nad cenou. Domácnosti s vyššími příjmy uvádějí vyhledávání bio nebo lokálních potravin. Nejčastější příčinou vyhazování potravin v domácnostech je **zhodnocení potravin v průběhu uskladnění**, dále překročení data spotřeby a na dalším místě nesplněná očekávání od potravin a špatný vzhled potravin. Největší odchylku mezi příčinami plýtvání potravinami a různými zástavbami představuje překročení spotřeby, což pro domy v městské zástavbě není relevantní příčina. Výsledky kvalitativního výzkumu s využitím rozhovorů se zástupci domácností podobně

naznačují v domech s užitkovou zahradou větší soběstačnost při nakládání s potravinami (např. pěstování ovoce a zeleniny, kompost) a silnější vztah k přírodě a hodnotě potravin. V menších bytech respondenti upozorňují na méně prostoru pro správné skladování potravin. V různých příjmových kategoriích domácností je patrné, že překročení spotřeby není příčinou plýtvání v domácnostech s nižšími příjmy. Vzhled potraviny nebo očekávání řeší více vyšší příjmové skupiny.

Příčiny plýtvání potravinami v domácnostech

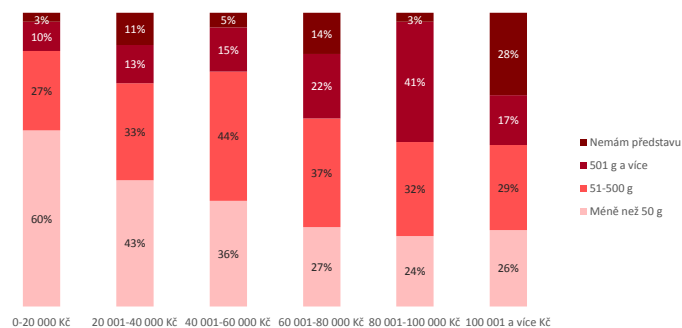
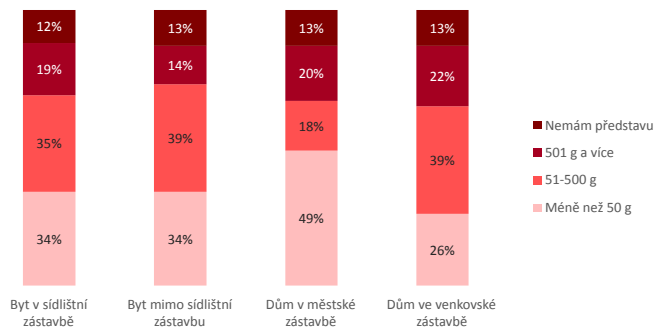


Domácnosti si nejsou plýtvání potravinami vědomy. Odhady spotřebitelů, kolik potravin je v domácnosti vyplýváno, jsou podhodnocené.

70 % respondentů uvádí, že vyhazují méně než 0,5 kg potravin týdně. V porovnání s rozborů odpadů je tento odhad podhodnocený, reálně domácnosti vyhazují přibližně 1,2 kg potravin na osobu týdně.

Subjektivní odhady množství vyplývaných potravin byly mezi jednotlivými typy zástavby relativně konzistentní. Vyšší příjmové skupiny odhadují, že plývají potravinami více oproti těm nízkopříjmovým. Při vyjádření odhadu plýtvání potravinami dostali respondenti k dispozici 10 intervalů po 500 gramech s následujícími příklady hmotnosti potravin: krajíc chleba = cca 50 g, 1 jablko = cca 150 g, porce vařených brambor = cca 200 g. Nejčastěji vybranými možnostmi byly dva nejnižší intervaly, což naznačuje, že většina respondentů považuje své plýtvání za minimální.

Odhad vyplývaných potravin v domácnosti



Proč je potřeba snižovat potravinový odpad v domácnostech

Finanční dopady plýtvání potravinami v domácnostech

Potravinový odpad generovaný v domácnostech představuje významnou finanční ztrátu, která je často podceňována. Analýza směsného komunálního odpadu (SKO) realizovaná v Praze ukázala, že **potravinový odpad tvoří přibližně 13 % z celkového objemu domácího SKO**. Nejčastěji se jedná o znehodnocené ovoce, zeleninu a pečivo, které tvoří největší podíl tohoto typu odpadu.

Z ekonomického hlediska nepředstavují vyhozené potraviny pouze ztrátu hodnoty samotné suroviny, ale zahrnují i náklady spojené s jejich nákupem, skladováním, přípravou a likvidací. Běžná domácnost v Praze ročně vyhodí potraviny v hodnotě přibližně 9 000 korun. Tyto náklady jsou dále navyšovány spotřebou energie a vody a v konečném důsledku i vyššími výdaji na komunální odpadové hospodářství, čímž nepřímo zatěžují i veřejné rozpočty města.

Výsledky rovněž ukazují, že špatné plánování nákupů a neefektivní uchovávání čerstvých potravin patří k hlavním faktorům přispívajícím k plýtvání, přičemž mírné sezónní výkyvy naznačují vyšší podíl ztrát u čerstvého ovoce a zeleniny v letních a podzimních měsících.

Omezení plýtvání potravinami tedy nepředstavuje pouze cestu ke snižování individuálních výdajů, ale i významný krok k odpovědnému hospodaření a zajištění ekonomické stability domácností. Efektivní plánování spotřeby a správné nakládání s potravinami jsou klíčovými nástroji pro minimalizaci ztrát a podporu udržitelného přístupu k potravinovým zdrojům.

Environmentální dopady plýtvání potravinami v domácnostech

Vedle finančního aspektu představuje plýtvání potravinami závažnou ekologickou zátěž. Produkce potravin je spojena s intenzivním využíváním přírodních zdrojů, vody, energie a půdy a současně s významnou produkcí emisí skleníkových plynů. Podle údajů UNEP (2020) je samotné plýtvání odpovědné za přibližně 8 % celosvětových emisí.

Produkce potravin, které se v důsledku ztrát nebo plýtvání nedostanou ke konečné spotřebě, využívá více než 28 % celosvětové zemědělské půdy (FAO, 2013), což zvyšuje tlak na půdu, vodní zdroje a další přírodní ekosystémy a zároveň vytváří potřebu zakládání nových skládek, které dále zasahují do přírody (Schinkel, 2019). Vyhadzování potravin tak nejen přispívá ke klimatické změně, ale vyžaduje i alokaci dalších přírodních zdrojů, a tím i vyšší environmentální a ekonomické náklady (Adaryani a kol., 2025).

Z rozborů SKO v Praze, kromě ovoce, zeleniny a pečiva, bylo zaznamenáno také nezanedbatelné plýtvání masem, rybami a vejci, které dohromady představují 3,46 % z celkového množství

vyplývajících potravin. Tento podíl je zvláště významný, protože živočišné produkty jsou environmentálně mnohem náročnější na produkci než rostlinné komodity.

Sjölund a kol. (2025) upozorňují, že plýtvání potravinami zásadně narušuje efektivní využívání přírodních zdrojů a přispívá ke klimatické změně. Domácnosti tak disponují reálnou možností tuto zátěž snížit. **Odpovědné spotřebitelské chování nejen snižuje množství vyprodukovaného odpadu, ale zároveň přispívá ke zmírnění tlaku na vodní a půdní zdroje a ke snížení emisí.**

Etické dopady plýtvání potravinami v domácnostech

Zatímco v některých částech světa miliony lidí trpí podvýživou, v jiných končí kvalitní potraviny bez využití (Sjölund a kol., 2025). Tento nesoulad přispívá k prohlubování globálních nerovností a podkopává úsilí o dosažení potravinové bezpečnosti (Beuving a kol., 2024). I přes veškeré snahy je v českém prostředí přístup k plnohodnotné stravě nadále v některých ohledech problematický. V České republice bylo v roce 2023 ohroženo příjmovou chudobou přibližně 1 020 561 osob, což představuje 9,8 % populace (ČSÚ, 2024). Lepší zacházení s potravinami by tak mohlo zmírnit nejen environmentální, ale i etické důsledky spojené s jejich plýtváním. **Každé omezení plýtvání tak představuje příležitost k větší sociální odpovědnosti a respektu k lidské práci a přírodním zdrojům.**

Sociální dopady plýtvání potravinami v domácnostech

Plýtvání potravinami v domácnostech má kromě ekonomických, environmentálních a etických důsledků také významný sociální rozměr. Spotřebitelské chování jednotlivců formuje kulturu nakládání s potravinami a odráží se v širším společenském prostředí.

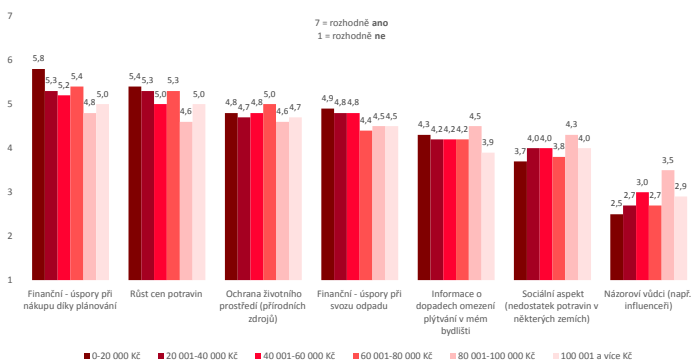
Jak uvádí Goss a kol. (2025), změny v každodenních návycích, od plánování nákupů až po využívání zbytků, mohou ovlivnit širší postoje společnosti. Odpovědné zacházení s potravinami v domácnostech tak posiluje hodnoty solidarity, ohleduplnosti a respektu k přírodním zdrojům.

Míra a struktura potravinového odpadu se v Praze také liší podle typu zástavby. V luxusních čtvrtích byl zaznamenán nejvyšší podíl vyhozených hotových jídel, zatímco v sídlištních oblastech převažuje vyhazování pečiva. Ve vyloučených lokalitách byl naopak zaznamenán nejvyšší podíl vyhozených mléčných výrobků a nižší podíl nápojů. Tyto rozdíly naznačují, že **sociální a ekonomické podmínky domácností ovlivňují nejen množství, ale i strukturu plýtvání potravinami.**

Motivace ke změně

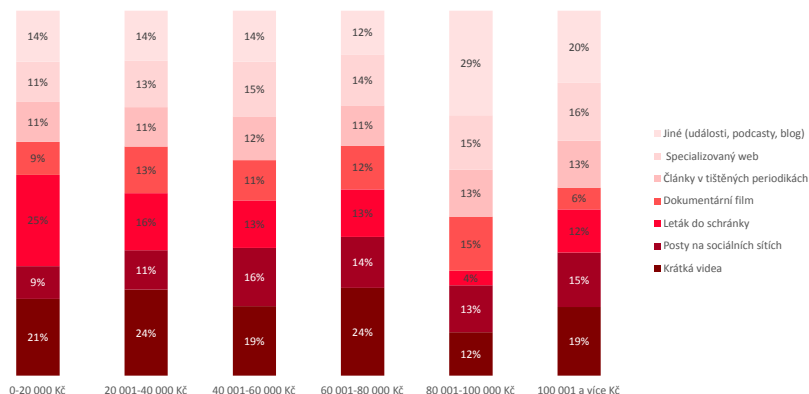
Ve snaze omezit plýtvání potravinami je potřebné formovat chování domácností k více odpovědnému, což se vzhledem ke zvyklostem a zaběhnutým návykům spotřebitelů může zdát složité. Z hlediska psychologie spotřebitele jsou přijatelné změny pouze v kontextu **úpravy naučeného chování**. K tomu je vhodné využít jednoduché pobídky, tzv. nudging (Barker et al., 2021; Merkelbach et al., 2021). Do češtiny se překládá jako pošouchnutí a jedná se o nenásilné ovlivnění rozhodnutí spotřebitelů směrem k udržitelnější variantě chování, v tomto případě neplýtvat potravinami. Změny v chování by měly být **pro spotřebitele snadné** a je důležité, aby spotřebitel měl na výběr a pro udržitelnou variantu se rozhodnul sám.

Ke změně je potřebné spotřebitele vhodným způsobem motivovat. Dle dotazníkového šetření spotřebitelé vnímají jako **nejsilnější finanční motivaci** úspory při nákupu díky plánování a úspory při svozu odpadu, dále vnímají motivaci neplýtvat kvůli růstu cen potravin a na dalších místech je motivace v podobě ochrany životního prostředí a další faktory. Rozdíly mezi vnímanou motivací k omezení plýtvání potravinami napříč zástavbami (byty, domy) téměř nejsou patrné. Výraznější odlišnosti však byly identifikovány při srovnání podle příjmových skupin domácností, stanovených na základě disponibilního měsíčního příjmu. S rostoucím příjmem domácnosti klesá význam, který respondenti přisuzují finančním aspektům jako motivaci k omezení plýtvání potravinami. Naopak mírně roste důležitost sociálních faktorů, jako je například vnímání společenských norem či tlak okolí. Tento posun může souviset s odlišným hodnotovým rámcem nebo **menší citlivostí na přímé ekonomické dopady v domácnostech s vyššími příjmy**.



Aby spotřebitelé vyhazovali méně potravin, pomohly by jim častější menší nákupy, a to nejen v bytech s omezenými skladovacími prostory pro správné uložení potravin. Dále v rozhovorech uvedli potřebu vést děti k šetrnosti a správnému nakládání s potravinami (správné skladování apod.), využití přebytků, další zpracování potravin jako například sušení potravin.

Motivační pobídky by měly být spotřebitelům předávány prostřednictvím komunikačních kanálů, které běžně využívají a sledují. Respondenti nejčastěji uváděli preferenci sdělení prostřednictvím krátkých videí, letáků do schránek a postů na sociálních sítích. Nejméně preferované způsoby sdílení informací o problematice plýtvání potravinami jsou blogy nebo události jako třeba přednášky či diskuze.



Preference některých forem komunikace je typická pro určité skupiny populace. Například podcasty jsou oblíbenější u vyšších příjmových skupin. Letáky do schránek preferují především starší skupiny obyvatel. Naopak u mladých lidí do 35 let jsou důležitým informačním zdrojem sociální sítě. Mladší skupiny obyvatel také využívají mobilní aplikace obchodních řetězců.

Potřebnou edukaci spotřebitelů v oblasti nakládání s potravinami podtrhuje i skutečnost, že respondenti v rozhovorech uváděli, že postrádají komunikované informace ohledně šetrného a správného nakládání s potravinami. Postrádají zejména praktické rady týkající se správného skladování potravin, informace o environmentální a materiálové náročnosti výroby potravin, ale také přehled o složení odpadu v kontextu správného třídění a separace jednotlivých složek.

Doporučení, jak předcházet potravinovému odpadu

K dosažení redukce množství plýtvaných potravin v domácnostech je nezbytné se spotřebiteli problematiku plýtvání potravinami **kommunikovat pravidelně a dlouhodobě**, jednorázové zásahy jsou nedostatečné. Efektivní strategií jsou cílené edukační kampaně zaměřené na environmentální, sociální a ekonomické důsledky plýtvání potravinami, které zvyšují úroveň informovanosti a podporují změnu postojů.

Součástí těchto kampaní by měly být jednoduché, ale účinné motivační prvky, které spotřebitele aktivizují k žádoucímu chování. Za obzvláště účinný se jeví přístup, který spotřebitelům konkrétně **předkládá přínosy omezení plýtvání potravinami** — jak na úrovni individuální domácnosti (např. finanční úspory), tak na úrovni širší komunity či životního prostředí.

Edukační kampaně podporující plánování a uvědomělé nakládání s potravinami v domácnostech by měly být cílené a **kommunikační sdělení personalizované**. Při měření potravinového odpadu v různých lokalitách se objevily **rozdíly ve struktuře odpadu**. V dotazníkovém šetření na základě objektivizovaného ukazatele zástavby (byty, domy) se významné rozdíly nepotvrdily, nicméně lze spatřovat rozdíly v příčinách plýtvání a v motivaci plýtvání redukovat u **různých sociálních skupin spotřebitelů udávaných disponibilním příjmem domácnosti**. To pak lze využít při cílení komunikace například ve vyloučených nebo luxusních lokalitách.

Výzkum ukázal následující odlišnosti mezi nízkopříjmovými a vysokopříjmovými domácnostmi:

Nízkopříjmoví

- Více se snaží plánovat, sledují stav potravin, kontrolují lednici před nákupem.
- Méně řeší vzhled potravin či jejich neuspokojivou kvalitu – nejsou tak náchylné k vyhazování „neestetických“ potravin.
- Motivace snahy i snížení plýtvání potravinami jsou především finanční v podobě možných úspor domácnosti.

Vysokopříjmoví

- Připouští těžší odhad spotřeby potravin v domácnosti.
- Vyšší zastoupení sociální motivace, příp. ochrany přírodních zdrojů.
- Objevuje se zde vyšší míra konzumace hotových jídel (zejména v luxusní městské zástavbě), což může ovlivnit strukturu odpadu.
- Využívají alternativní komunikační kanály, jako jsou podcasty.

Napříč většinou domácností jsou nejčastějšími příčiny plýtvání:

- znehodnocení potravin při skladování,
- překročení data spotřeby,
- nespokojenost s potravinou z hlediska očekávání nebo vzhledu.
- Tyto příčiny by měly být promítnuty do komunikace problematiky plýtvání potravinami a motivace k redukci plýtvání.

Doporučení pro veřejnou správu

Následující kapitola poskytuje návrh komunikační kampaně podporující redukci plýtvání potravinami v pražských domácnostech. Představuje návod a praktického průvodce realizací edukační kampaně. Obsahuje konkrétní doporučení, jak vhodně komunikovat hlavní sdělení kampaně – co, kdy a kde zveřejňovat, jak mluvit srozumitelně, jak pracovat s vizuálním obsahem a jak využít dostupné komunikační kanály (od webu po sociální sítě).

Cílem kampaně je upozornit na plýtvání potravinami a inspirovat veřejnost k malým každodenním změnám, které mají velký význam.

Co komunikovat různým segmentům / příjmovým skupinám?

Nízkopříjmoví

Tón komunikace:

- Přímý, důraz na úsporu peněz.

Příklady příspěvků:

- „Čtyřčlenná domácnost v Praze průměrně za rok vyplývá potraviny v hodnotě 18 tisíc Kč. Co byste si za to mohli koupit?“
- „Nekupujte zbytečně! Napište si nákupní seznam, který vám pomůže ušetřit.“
- „Datum spotřeby ≠ datum expirace! Mnoho potravin je stále bezpečné ke konzumaci.“

Forma komunikace:

- Infografiky s konkrétními sumami a úsporami
- Stories s hlasováním („Kupujete často víc, než sníte?“)
- Video s tipy na levné recepty ze zbytků

Vysokopříjmoví

Tón komunikace:

- Ekologický, apel na společenskou odpovědnost.

Příklady příspěvků:

- „Plýtvání jídlem má větší dopad na planetu než letecká doprava. Jak to můžeme změnit?“
- „Inspiruj. Neplýtvěj. Věděli jste, že 62 kg potravin na osobu ročně končí v koši úplně zbytečně?“
- „Restaurace v Praze, které už jdou cestou zero waste. Podpořte je!“

Forma komunikace:

- Video rozhovory či podcasty s odborníky (např. zero waste kuchaři)
- Případové studie úspěšných firem a domácností
- Ankety s možnostmi („Kolik kg potravin podle vás vyhodíte měsíčně?“)

Součástí kapitoly jsou také návrhy konkrétních příspěvků včetně doporučeného textu a grafiky – vše v přehledné a snadno přenositelné formě, připravené k použití nebo úpravě. Brožura tak může sloužit jako základní komunikační sada pro každou obec či městskou část, která se rozhodne do kampaně aktivně zapojit.

1. Polepy na popelnice

Cíl: Připomenout lidem v konkrétním okamžiku, kdy se rozhodují vyhodit potraviny, že jídlo má hodnotu – ekonomickou, ekologickou i etickou. Jedná se o jednoduchý, ale velmi účinný způsob, jak upozornit na plýtvání potravinami přímo v místě, kde k němu fyzicky dochází.

Proč polepovat popelnice?

- **Přímé oslovení v rozhodujícím momentu:** Lidé se často rozhodují impulzivně – „už to nevypadá dobře, radši to vyhodím“. Právě v tuto chvíli je důležité připomenout, kolik nás to stojí a co všechno tím ztrácíme.
- **Spojení emoce a faktických dat = účinný zásah:** Grafika polepu kombinuje jednoduchý vizuál, konkrétní čísla (kolik kg jídla průměrně vyhodíme, jakou to má hodnotu) a silné sdělení („15 tisíc za jídlo v koši? To je týden v Chorvatsku.“). Přirovnání pomáhá lidem představit si ztrátu konkrétně a vyvolat reflexi a chuť něco změnit.
- **Nízká bariéra a vysoký dosah:** Polepy nevyžadují aktivní účast nebo vyhledávání informací, oslovují náhodně i opakovaně – každý den, každý týden.

Kam polepy umístit?

Polepy doporučujeme umístit především:

- **na popelnice na směsný komunální odpad**, které stojí na veřejně přístupných místech, ideálně tam, kde je vysoká koncentrace obyvatel (sídliště, bytové domy), a to po dohodě se svazovou společností, která obvykle nádoby má ve správě,

- v blízkosti škol, školek, úřadů, komunitních center, obchodních zón nebo tržišť – tam, kde se lidé pohybují pravidelně,
- na místa, kde lidé běžně vynášejí **potravinový odpad** – tedy ne nutně u každé popelnice, ale strategicky na vytipovaných místech, kde je pohyb co největší.

Důležité je, aby polep byl viditelný (ne schovaný ze zadní strany popelnice nebo u zdi), čistý, čitelný, teda dostatečně velký.

Jak polepy komunikovat veřejnosti?

Polepy nejsou jen „nálepky na koš“, ale součást širšího sdělení. Proto je důležité:

- **dopředu lidem sdělit, proč se na nádobách objevily** – a že je to součást kampaně, která má pomoci snížit plýtvání jídlem,
- využít ke komunikaci:
 - městský/obecní zpravodaj (krátká zmínka nebo článek: „Proč máme polepené popelnice?“),
 - web města nebo městské části (ideálně i s fotografií polepu a vysvětlením),
 - sociální sítě (např. příspěvek ve stylu „Všimli jste si nových polepů? Ukazují, kolik jídla zbytečně vyhazujeme. Zkusme to společně změnit.“),
 - nástěnky v bytových domech nebo veřejných institucích.

**Průměrně každý vyhodí
62 kg potravin za rok
Pojď to změnit**

	Ovoce a zelenina 28 %
	Pečivo 24 %
	Mléčné výrobky 6 %
	Maso, vejce 4 %
	Hotová jídla 12 %
	Ostatní 25 %



www.zachranjidlo.cz




**18 tisíc za jídlo
koši? To je týden
v Chorvatsku!**

Čtyřčlenná domácnost
v Praze průměrně za
rok vyplývá potraviny
v hodnotě 18 tisíc Kč.



www.zachranjidlo.cz




Polep akcentující finanční úsporu díky redukci plýtvání potravinami by měl být cílen primárně na vyloučené lokality, příjmově slabší skupiny domácností.

2. Infografiky do domácností: lednice, spíž, tipy (letáky)

Cíl: Pomoci domácnostem lépe skladovat, uchovávat a využívat potraviny. Praktické a srozumitelné plakáty mají lidem usnadnit orientaci v tom, kam potravina patří, jak dlouho vydrží, jak využít zbytky nebo jak nakupovat chytřeji.

Proč mít vizuály v domácnostech?

- **Prevence plýtvání přímo u zdroje:** Většina vyhozených potravin pochází z domácností. Vizuary pomáhají spotřebiteli předcházet tomu, že jídlo špatně skladuje nebo že potravin koupí zbytečně moc.
- **Připomínka na očích:** Když mají lidé jednoduché tipy například na lednici, při vaření nebo ukládání nákupu si je snadněji zafixují a začnou je používat.
- **Nenásilné vzdělávání:** Forma plakátků je přívětivá, graficky čistá a srozumitelná. Neobviňuje, ale nabízí konkrétní řešení.

Doporučené umístění infografik

Lednice

- Infografika „Lednice nebo spíž?“ patří přímo **na dveře lednice (zvenku)**, lze doporučit přichycení letáku magnetkou.
- Slouží jako orientační mapa, **kam co patří**, aby potraviny zůstaly čerstvé co nejdéle.
- Je vhodná i pro vícegenerační domácnosti – může pomoci dětem i seniorům lépe se orientovat.

Kuchyň, spíž, nástěnka

- Ostatní plakáty (např. „Jak dlouho vydrží čerstvé“, „Jak zpracovávat potraviny“, „Jak skladovat“, „Jak nakupovat“) doporučujeme vylepit:
 - v kuchyni – **na nástěnku, spíž nebo vnitřní stranu dveří,**
 - ve společných prostorech bytových domů,
 - ve školních jídelnách, klubech seniorů, komunitních centrech.
- Tam, kde jsou domácnosti častěji zapojené do komunitního života, se vyplatí distribuovat letákové sady do schránek nebo na vývěsky.

Jak komunikovat s veřejností

- **Zaměření na užitek:** Je potřeba, aby lidé vnímali, že jim vizuál pomůže a vnímají konkrétní přínos – šetří peníze, zjednodušuje život, prodlužuje čerstvost potravin.
- **Jazyk komunikace:** Místo odborných termínů používejte běžný jazyk každodenního života: „Jahody vydrží jen pár dní, ale česnek i půl roku. Víte, co kam patří?“ „Víte, že některé potraviny do lednice vůbec nepatří? Mrkněte na lednici, ať vám vydrží déle.“

- **Vhodné formy komunikace:**

- příspěvek na sociálních sítích: fotka + jednoduchý tip (např. „Lednice není spíž. Víte, kam patří máslo a kam jablka?“)
- letáky distribuované do domácností,
- zmínka ve zpravodaji (např. „Nové tipy, jak skladovat potraviny bez plýtvání – plakáty zdarma k vyzvednutí na úřadě/ve škole“),
- online verze ke stažení na webu obce/města.



Jak správně zpracovávat potraviny pro delší čerstvost a lepší chuť

Tipy

- 1 Máte jahody, které nestiháte spotřebovat?
Zmrazte je!
- 2 Vždy máte zbytek jídla?
Zkuste lépe odhadnout porce. Na jednu osobu stačí cca 1/4 šálku rýže, 2-3 brambory.
To stejné platí pro těstoviny a kusus.
- 3 Kosti na vývar, tvrdé pečivo na krutony,
nař zeleniny na pesto.

www.zachranjidlo.cz




Jak správně skladovat potraviny, aby vydržely déle čerstvé

Tipy

- 1 Rajčata do lednice nepatří!
Zhrací tam chuť.
- 2 Kam s banány a dalším tropickým ovocem?
V pokojové teplotě vydrží déle.
V lednici slupka zhnědne a dužina změkne.
- 3 Mrkev a kořenová zelenina?
Odstraňte nař, odeberte vlhkost
a mrkev s ní rychleji vadne.

www.zachranjidlo.cz




Nákupy bez stresu. Praktické triky, jak ušetřit při nákupu potravin

Tipy

- 1 Hlad má velké oči.
Nakupujte s plným žaludkem, nepodlehnete tak potravinám v akci, které nestihnete sníst.
- 2 Plánujte dopředu.
Udělejte si nákupní seznam dle plánovaného jídelníčku.
- 3 Porovnávejte ceny za jednotku.
Za 100 g / 1 kg / 1 l
Ne vždy je větší balení výhodnější.

www.zachranjidlo.cz




3. Ambasadoři kampaně: zapojení mladých generací

Cíl: Oslovit mladé lidi, kteří chtějí inspirovat ostatní a aktivně se zapojit do snižování plýtvání jídlem ve svém okolí.

Proč oslovit mladé generace?

- Mladí lidé jsou přirozeně aktivní na sítích a často udávají trend ve svém okolí.
- Mohou se stát ambasadory tématu a šířit myšlenku kampaně tam, kam se oficiální komunikace obtížně dostává – ve školách, na kolejích, v online světě.
- Mají chuť tvořit obsah, organizovat akce nebo jen sdílet zajímavé tipy a měnit své chování k udržitelnějšímu.
- Budou vychovávat další generace.

Jak s oslovovacím plakátem pracovat?

- Umístit ho na nástěnky škol, univerzit, knihoven nebo center volného času.
- Doplnit ho o QR kód, který vede na přihlašovací formulář nebo podrobnější info.
- Doporučit studentům, aby plakát sdíleli i na Instagramu nebo ve školních skupinách.
- Ideální je, když výzvu podpoří i učitelé nebo aktivní studenti (např. školní parlamenty).



4. Sociální síť: Příspěvky a doporučení ke komunikaci

Sociální sítě jsou důležitým nástrojem pro šíření kampaně mezi obyvateli obce či města. Kromě praktických informací pomáhají i v emocionální rovině – připomínají hodnotu potravin, inspiřují a motivují k malým změnám. Cílem není kritika, ale povzbuzení a pozitivní příklady.

Doporučené principy:

- **Pravidelnost** – ideálně 1x týdně, např. v pondělí/čtvrtek (připomenutí týdne).
- **Jasnost** – krátké a srozumitelné věty, využití emoji pro zlepšení čitelnosti.
- **Vyzývavost** – každá zpráva by měla končit výzvou k akci nebo povzbuzením.
- **Lokální kontext** – pokud je to možné, doplňte o lokální data (např. „v naší městské části...“).

Níže je uvedeno několik ukázek postu pro představu konkrétní stylizace komunikaci na sítích se základními informacemi. Konkrétně se dají použít na síť Instagram a také FB municipality.

18 tisíc za jídlo v koši? To je týden v Chorvatsku!



**18 tisíc za jídlo
koši? To je týden
v Chorvatsku!**

Čtyřčlenná domácnost v Praze
průměrně za rok vyplývá
potraviny v hodnotě 18 tisíc Kč.

T A
Č R

Claim:

18 tisíc korun za jídlo v koši? To je týden u moře!

Text na sociální síť:

🗑️ Každý rok čtyřčlenná domácnost v Praze vyhodí průměrně jídlo v hodnotě 18 000 Kč.

To je jako zahodit dovolenou v Chorvatsku, nebo nový telefon. 📱

Zní to šíleně? Přitom se to děje potichu – po troškách: zkažené mléko, zapomenuté jogurty, zvadlá zelenina...

Zkus s tím něco udělat:

- ✅ Nakupuj s rozmyslem
- ✅ Plánuj jídla dopředu
- ✅ Využívej zbytky
- ✅ A hlavně – važ si toho, co máš na talíři

👉 Změna začíná u každého z nás. Doma, v lednici, každý den.

Pro více informací navštiv **Prague Food Waste – Zachraň jídlo.**

#NeplýtvejPotravinami #ZachraňJídlo

Neplýtvej. 62 kg jídla ročně



Claim:

Průměrný člověk v Praze vyhodí 62 kg potravin ročně.

Text na sociální síť:

🍴 To je jako pytel brambor. Nebo 5 kartonů mléka. Nebo 1500 rohlíků.

A všechno to končí v koši.

Zkus to jinak:

- ✅ Nevař zbytečně moc
- ✅ Zbytky zamraz
- ✅ Přines si krabičku do restaurace
- ✅ Nauč se plánovat nákup

Plýtvání potravinami není jen ekonomický problém.

Je to i ekologický dopad – energie, voda, doprava... všechno zbytečně.

♻️ Méně odpadu = víc úcty k jídlu. Přidej se.

Pro více informací navštiv **Prague Food Waste – Zachraň jídlo.**

#Neplýtvej #ZachraňJídlo #ChovejSeJídluLíp

V Praze se denně vyplývá 9 kamionů potravin



Claim:

V Praze se denně vyhodí tolik jídla, že by naplnilo 9 kamionů.

Text na sociální síť:

🚚 Devět kamionů jídla. Každý den. Jen v jednom městě.

Zbytečně. Z důvodu nepozornosti, přeplněných lednic, špatného skladování nebo impulzivního nakupování.

🍞 Plesnivý chleba

🍌 Zčernalé banány

🍷 Nedožedené porce

Je čas to změnit. Protože jídlo není odpad.

Zkus:

- ✅ Dohlédnout si na to, co už doma máš
- ✅ Skladovat podle zásad (FIFO – první dovnitř, první ven)
- ✅ Plánovat víc než impulzivně kupovat

Pro více informací navštiv **Prague Food Waste – Zachraň jídlo.**

#ZachraňJídlo #9KamionůDenně #JídloMáHodnotu

Plýtvání potravinami? Ne u mě doma!



Claim:

Malé změny – velký dopad.

Text na sociální síť:

🍏 Nenech si kazit náladu a luxovat peněženku plýtváním.

Ukaž, že to jde dělat líp:

- ✅ Zpracuj zbytky
- ✅ Ulož chytře
- ✅ Sdílej, když máš přebytek

💬 Nevylazuj to, co můžeš ještě použít. Tvůj domov může být místem, kde se jídlo váží, ne vyhazuje.

📢 Sdílej tuhle výzvu dál a označ někoho, kdo to dělá stejně zodpovědně jako ty! 🙌

Pro více informací navštiv **Prague Food Waste – Zachraň jídlo**.

#PlýtváníNe #UvědoměláDomácnost #ZachraňJídlo

Rajče do lednice nepatří!



Claim:

Chceš, aby chutnala rajčata jako rajčata?
Nech je venku!

Text na sociální síte:

- ✗ Rajče v lednici = rajče bez chuti.
- ✓ Správné místo pro rajče je pokojová teplota.

Stejně do lednice nepatří:

- ✗ Česnek
- ✗ Cibule
- ✗ Chléb

Lednice není skladiště. Každá potravina má své místo – a správným skladováním můžeš prodloužit čerstvost a ušetřit stovky korun ročně. 💰

📌 Víš, co všechno do lednice nepatří? Pro více informací navštiv **Prague Food Waste – Zachraň jídlo**.

#ChytréSkladování #RajčeNeDoLednice #ZachraňJídlo

Aby komunikace opravdu fungovala, je dobré si udělat jednoduchý komunikační plán. Stačí pár pravidel a příspěvky budou mít větší dosah, smysl i efekt. Pravidelnost komunikace je pro úspěch klíčová – ideálně 1× týdně.

Pondělí připomene nový týden, čtvrtek může inspirovat na víkend. Příspěvky by měly odrážet tři hlavní oblasti, kde v domácnostech nejčastěji dochází ke zbytečnému plýtvání potravinami:

- **nákup** – impulzivní nákupy, nepřehledné zásoby,
- **skladování** – nesprávná teplota, zapomenuté potraviny,
- **zpracování** – vaření příliš velkých porcí, nevyužité zbytky.

Níže pro jednoduchost najdete **konkrétní návrhy příspěvků pro každý z těchto pilířů**, které může město nebo obec snadno použít. Připojujeme také **návrh harmonogramu komunikace**, který pomůže vše lépe rozvrhnout. Cílem je jednoduchost, čitelnost a přehlednost, aby komunikace bavila a zároveň fungovala.

NAKUPOVÁNÍ

1. Plánuj a nakupuj s rozumem!

Hlavní claim:

Dobrý plán = méně plýtvání!

Text na sociální síť:

Plánování jídel na týden ti může ušetřit čas, peníze a hlavně zabránit plýtvání potravinami. 🙌
Vezmi si papír (nebo appku 📱) a napiš si nákupní seznam. Drž se ho a vyhně se nechtěným impulzivním nákupům! 🛒💰

TIP: Nakupuj suroviny, které můžeš využít ve více receptech. ♻️ Například pečené kuře dnes 🍗, vývar zítra 🍲 a salát na další den! 🥗

#PlánujNakupujUšetři #ZeroWaste #SmartShopping #MéněPlýtváníVíceRadosti #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Příspěvek edukuje o výhodách plánování nákupů. Ukazuje, že systematické plánování jídel vede k menšímu plýtvání a efektivnějšímu využití potravin. Motivuje sledující k používání nákupních seznamů a plánování receptů na více dní.

Harmonogram:

Komunikace 1. týden – ideální dny: pondělí & čtvrtek

2. Hladový na nákupy? Raději ne!

Hlavní claim:

Hlad = špatný rádce při nakupování!

Text na sociální síť:

Pokud jdeš do obchodu hladový, tvoje peněženka zapláče! 😭👛 Hlad způsobí, že nakoupíš víc, než skutečně potřebuješ. A výsledek? Přeplněná lednice a zbytečné plýtvání. 🗑️🌿

Řešení? Dej si něco malého k jídlu před nákupem a sleduj, jak ti klesne chuť na impulzivní rozhodnutí. 😊

#NakupujChytre #StopPlýtvání #PlnýŽaludekRozumnéRozhodnutí #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Příspěvek upozorňuje na častou chybu při nakupování – chození do obchodu hladový. Vysvětluje, proč to vede k impulzivním nákupům a jak tomu lze snadno předejít.

Harmonogram:

Komunikace 3. týden – ideální dny: úterý & pátek

3. Akční lákadla? Dvakrát měř, jednou kup!

Hlavní claim:

Slevy jsou super, ale jen když dávají smysl!

Text na sociální síť:

Slevy jsou fajn... ALE! 😊 Nepotřebuješ to jogurtů jen proto, že jsou v akci. 😊 Kupuj jen to, co opravdu využiješ.

Jak se nenechat nachytat?

✓ Polož si otázku: „Koupil/a bych to i bez slevy?“

✓ Mysli dopředu – zvládneš všechno spotřebovat? 🥛🍌

#ChytréNakupování #SlevySCHladnouHlavou #StopPlýtvání #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Příspěvek osvětluje častý problém – impulzivní nakupování ve slevách. Nabádá sledující k přemýšlení před nákupem a poskytuje praktické otázky, které jim pomohou dělat rozumná rozhodnutí.

Harmonogram:

Komunikace 5. týden – ideální dny: středa & sobota

4. Lokální je super!

Hlavní claim:

Podporuj lokální – je to dobré pro tebe i planetu!

Text na sociální síť:

Víš, co chutná nejlépe? To, co roste blízko tebe! 🚜🥕 Dej šanci lokálním farmářům a sezónním potravinám. Podpoříš komunitu, snížíš uhlíkovou stopu a získáš čerstvější a chutnější suroviny. Win-win! ❤️

TIP: Zkus farmářské trhy nebo malé obchody – kvalita je nesrovnatelná! 😊

#PodporujLokální #SezónníChutnáNejlépe #ZFarmyNaTalíř #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Cílem příspěvku je zvýšit povědomí o výhodách lokálních potravin. Ukazuje jejich čerstvost, podporu ekonomiky a ekologické výhody nákupu sezónních surovin. Obsahuje i praktický tip, jak se k takovým produktům dostat.

Harmonogram:

Komunikace 7. týden – ideální dny: pondělí & čtvrtek

5. Křivé je krásné!

Hlavní claim:

Nedokonalost je dokonalá – i v jídle!

Text na sociální sítě:

Perfektní jablko? Kdo to kdy vymyslel? 🤖 I „ošklivé“ ovoce a zelenina jsou stejně chutná a výživná. 🥬🍎 Tak proč je nekoupit?

Často jsou levnější a pomůžeš snížit zbytečné plýtvání! 🙌

#KrásajeVNedokonalosti #JídloBezPředsudků #StopFoodWaste #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Tento příspěvek motivuje lidi, aby kupovali i méně estetické, ale plně funkční potraviny. Poukazuje na jejich výživovou hodnotu, ekonomickou výhodnost a důležitost v boji proti plýtvání potravinami.

Harmonogram:

Komunikace 9. týden – ideální dny: úterý & sobota

6. Nakupuj s rozumem, ne s emocemi.

Hlavní claim:

Čím promyšleněji nakupuješ, tím méně plýtváš!

Text na sociální sítě:

Velký nákup na celý týden? Možná ne vždy nejlepší nápad! 😞 Potraviny se mohou zkazit a nakonec je vyhodíš.

Lepší plán:

- ✅ Nakupuj častěji a v menších množstvích.
- ✅ Vždy zkontroluj, co už doma máš.
- ✅ Mysli dopředu – co budeš opravdu jíst?

#MéněJeVíce #ChytréNakupování #JídloSiVážme #ZachraňJídlo

Vysvětlení:

Cílem tohoto příspěvku je ukázat, že velké nákupy mohou vést k plýtvání. Místo toho doporučuje menší, častější nákupy a plánování podle reálných potřeb.

Harmonogram:

Komunikace 11. týden – ideální dny: středa & pátek

SKLADOVÁNÍ

1. Lednice není černá díra! Ukládej s rozumem.

Hlavní claim:

Správné uskladnění = delší čerstvost!

Text na sociální síť:

Víš, kam patří mléko, maso nebo zelenina? 😊 Každá potravina má své místo!

 **Horní police:** Hotová jídla, dorty

 **Střední police:** Sýry, mléčné výrobky, jogurty

 **Spodní police:** Syrové maso a ryby – tady je nejchladněji!

 **Špajz:** Marmelády, pečivo, mouka, těstoviny

➡ Správným skladováním nejen prodloužíš čerstvost, ale také snížíš plýtvání!

#SprávnéSkladování #ChytréNakupování #StopPlýtvání

Vysvětlení:

Tento příspěvek edukuje o správném skladování potravin v lednici. Špatné uložení může způsobit rychlejší kažení jídla, a tím i větší plýtvání. Infografika může pomoci s přehledným znázorněním zón v lednici.

Harmonogram:

Komunikace 13. týden – ideální dny: pondělí & čtvrtek

2. Čistá a vzdušná lednice = šťastné potraviny!

Hlavní claim:

Čistá lednice = delší životnost potravin!

Text na sociální síť:

Přeplněná lednice = špatná cirkulace vzduchu = rychlejší kažení jídla!

👉 Udělej si čas na pravidelné **čištění** lednice a **kontrolu** potravin.

TIP: Zkontroluj ji **1x týdně** a zpracuj co jde, případně vyhod', co už není v pořádku. 🔄

✨ **Čistota = delší čerstvost & méně plýtvání!** 🙌

#ČistáLednice #MéněPlýtvání #StopPlýtvání

Vysvětlení:

Tento příspěvek motivuje k pravidelnému čištění a organizaci lednice. Přeplněná lednice snižuje účinnost chlazení a může způsobit rychlejší kažení potravin.

Harmonogram:

Komunikace **15. týden** – ideální dny: úterý & pátek

3. Spíž vs. lednice: Kam s nimi?

Hlavní claim:

Správné místo = delší trvanlivost!

Text na sociální síť:

🍅 Rajčata do lednice nepatří! 🚫 V chladu ztrácí chuť.

🥔 **Brambory** skladuj v chladu, **temnu a suchu**.

🍞 **Pečivo** zůstane čerstvé déle v **chlebníku**, ne v lednici!

✅ Správným skladováním potravin zabráníš plýtvání a ušetříš peníze! 💰 ♻️

#ChytréSkladování #MéněPlýtvání #VědětKamSním

Vysvětlení:

Příspěvek ukazuje, které potraviny patří do lednice a které je lepší skladovat ve spíži. Špatné skladování může zkrátit jejich trvanlivost.

Harmonogram:

Komunikace **17. týden** – ideální dny: středa & sobota

4. FIFO pravidlo v lednici: První dovnitř, první ven!

Hlavní claim:

FIFO = méně odpadu, více úspor!

Text na sociální síť:

🔄 FIFO = **First In, First Out** 🌟 Co vložíš **první**, to bys měl **první** spotřebovat!

🔴 Posuň starší potraviny **dopředu**, nové dej dozadu.

🕒 Vyhneš se zbytečnému vyhazování a ušetříš peníze! 💰 ♻️

#FIFOpravidlo #StopPlýtvání #ChytréNakupování

Vysvětlení:

FIFO pravidlo pomáhá udržet pořádek v lednici a zabraňuje tomu, aby se potraviny kazily dříve, než je stihneme spotřebovat.

Harmonogram:

Komunikace 19. týden – ideální dny: pondělí & čtvrtek

5. Znáš rozdíl? Minimální trvanlivost vs. Spotřebuj do.

Hlavní claim:

Datum není vše – věř svým smyslům!

Text na sociální síť:

 „Minimální trvanlivost“ ≠ „Spotřebuj do“!

 Sušenky prošlé o týden? Klidně ochutnej – řiď se čichem a chutí.

 Jogurt pár dní po datu? Zkontroluj vzhled, otevři a otestuj.

 Šunka po datu spotřeby? Tady už radši nezkoušíme – u rychle se kazících potravin platí datum přesně.

 Nepanikař, neplýtvej! Používej zrak, čich a chuť!

#NeplýtvejJídlem #ZachraňJídlo #VěřSvýmSmyslům

Vysvětlení:

Tento příspěvek edukuje o rozdílu mezi „minimální trvanlivostí“ a „spotřebuj do“. Mnoho lidí vyhazuje potraviny zbytečně, přestože jsou stále dobré.

Harmonogram:

Komunikace 21. týden – ideální dny: úterý & sobota

6. Prodluž životnost svých potravin! Jak na to?

Hlavní claim:

Mrazení, sušení, zavařování – zachraň jídlo!

Text na sociální síť:

 Nadbytek chleba? Zamraz ho! ❄️

 Příliš zeleniny? Udělej si pickles! 🥒

 Přebytek ovoce? Usuš ho nebo zavař! 🍏

 Neplýtvej, uchovávej! ♻️💚

#StopPlýtvání #ZachraňJídlo #ChytréSkládování

Vysvětlení:

Příspěvek nabízí jednoduché tipy na prodloužení životnosti potravin. Edukuje o možnostech, jak předejít plýtvání.

Harmonogram:

Komunikace 23. týden – ideální dny: středa & pátek

ZPRACOVÁNÍ



1. Zbytky jako dobrota! Inspiruj se recepty „co dům dal“.

Hlavní claim:

Zbytky nejsou odpad – jsou příležitostí k vytvoření skvělého jídla!

Text na sociální síť:

Máte doma zbytky zeleniny, masa nebo pečiva? 🍞 Nevyhazujte je! ❌

Vyzkoušejte recepty, které jsou nejen ekologické, ale i chutné!

👉 Polévky, nákypy, nebo kreativní recepty ze zbytků – je to jednoduché a šetrné.

#ZeroWaste #ReceptyZeZbytků #ÚsporaPotravin #BezOdpadu #UdržitelnáKuchyně

Vysvětlení:

Tento příspěvek je zaměřený na využívání všech zbytků z kuchyně. Inspirujte se recepty ze zbytků a připravte si chutná a udržitelná jídla, která nejen šetří, ale také pomáhají proti plýtvání potravinami. Infografika by mohla ukázat některé tipy na vaření ze zbytků.

Harmonogram:

Komunikace 25. týden – ideální dny: pondělí & pátek

2. Přebytky pod kontrolou! Suš, mraz, zavařuj.

Hlavní claim:

Zastavte plýtvání jednoduchými technikami!

Text na sociální síť:

Sušení, mražení nebo zavařování – to jsou skvělé techniky, jak si uchovat přebytky na později! 🍓

👉 Máte jahody, které nestačíte sníst? Zmrazte je! ❄️

#Udržitelnost #Mražení #Sušení #Zavařování #DlouháTrvanlivost

Vysvětlení:

V tomto příspěvku se zaměříme na jednoduché techniky prodloužení trvanlivosti potravin, jako je sušení, mražení nebo zavařování. To umožňuje šetřit peníze a minimalizovat odpad.

Harmonogram:

Komunikace 27. týden – ideální dny: úterý & čtvrtek

3. Celá surovina bez odpadu? Výzva přijata!**Hlavní claim:**

Využij každou část suroviny!

Text na sociální síť:

Používáte opravdu každou část suroviny?

👉 Kostí na vývar, tvrdé pečivo na krutony, zbytky zeleniny na pesto. 🌱

Nezapomeňte na zeleninovou nať – skvělá na domácí omáčku! 🍲

#ZeroWasteLife #ReceptyBezZbytků #UdržitelněVaříme #BezOdpadu

Vysvětlení:

Tento příspěvek ukáže, jak efektivně využívat všechny části potravin, které by jinak skončily v koši. Příklady zahrnují vaření vývaru z kostí nebo pesto ze zeleninové nať. Tento příspěvek je zaměřen na snižování odpadu v kuchyni.

Harmonogram:

Komunikace 29. týden – ideální dny: pondělí & středa

4. Odhadnout porci není věda! Zkus tyto tipy.**Hlavní claim:**

Lepší odhad porce = méně odpadu!

Text na sociální síť:

Vždy máte zbytky jídla? Zkuste lépe odhadnout porce! ⚖️

👉 Na jednu osobu stačí cca 1/4 šálku rýže, 2-3 brambory.

To stejné platí pro těstoviny a kuskus.

#ChytřeVaříme #MinimálníPlýtvání #OdhadPorce #ReceptyBezZbytků

Vysvětlení:

Příspěvek bude ukazovat tipy, jak lépe odhadnout množství vařeného jídla. To znamená méně zbytků a tím i méně plýtvání. Infografika může zobrazit příklady porcí pro různé druhy příloh.

Harmonogram:

Komunikace 31. týden – ideální dny: úterý & pátek

5. Malá porce, méně odpadu. Přidej si, pokud máš chuť!

Hlavní claim:

Menší porce = méně zbytečně vyhozeného jídla!

Text na sociální síť:

Na talíř si dejte menší porci a raději si přidejte, pokud máte hlad!

👉 Množství jídla kontrolujte – jde o malý krok k většímu šetření. ⏳

#MéněJeVíce #BezOdpadu #EkoStravování #StopPlýtvání #ChytréStravování

Vysvětlení:

Příspěvek je zaměřen na výhody menších porcí, což je jednoduchý způsob, jak snížit množství vyhozeného jídla. Menší porce snižují také psychologický tlak na dojídání a tím se lépe kontroluje množství jídla, které skončí v odpadu.

Harmonogram:

Komunikace 33. týden – ideální dny: pondělí & čtvrtek

6. Soutěž o nejlepší recept ze zbytků! Ukaž svou kreativitu.

Hlavní claim:

Využij zbytky, ukaž svou kreativitu a vyhrať!

Text na sociální síť:

Máte kreativní nápady na recepty ze zbytků? 🍴 Ukažte je v naší soutěži! 🍲

Připravte jídlo ze zbytků a podělte se o svůj oblíbený recept. 🏆

#Soutěž #ReceptyZeZbytků #ChytřeVaříme #UdržitelnáKuchyně

Vysvětlení:

V tomto příspěvku vyzveme lidi k soutěži o nejlepší recept ze zbytků, aby se inspirovali a udělali zbytečné vyhazování potravin zábavné. Soutěž může být motivací pro kreativitu a další sdílení nápadů.

Harmonogram:

Komunikace 35. týden – ideální dny: úterý & pátek

Doporučení pro retail

Maloobchodní prodejci představují jeden z klíčových článků potravinového řetězce a mají významný vliv na chování spotřebitelů nejen prostřednictvím cenové politiky a sortimentu, ale také pomocí komunikačních nástrojů.

Na základě zjištění ze sekundární analýzy, dotazníkového šetření, hloubkových rozhovorů a výstupů z workshopu lze poskytnout tato doporučení:



1. Usnadněte zákazníkům rozhodnutí ve prospěch potravin, které by jinak přišly nazmar

Prostor pro záchranu potravin se často otevírá u výrobků s blížícím se datem spotřeby nebo drobným kosmetickým poškozením. Domácnosti však často nevědí, jak takové výrobky bezpečně využít, nebo je přehlížejí.

- Zřetelně označujte produkty s blížícím se datem spotřeby a nabídněte je za zvýhodněnou cenu.
- Vytvářejte přehledné zóny pro „zachráněné potraviny“ a umístěte je na viditelné místo (např. bedýnky se zlevněnými potravinami).
- Připojte jednoduché tipy na jejich zpracování – např. leták s receptem nebo QR kód.
- Vysvětlete, proč dochází k omezením sortimentu či výběru (např. „Pečeme, kolik prodáme. Pomozte nám neplýtvat.“).

2. Nabízejte balení odpovídající velikosti domácností

Jednou z hlavních příčin plýtvání v domácnostech je nevhodné množství potravin zakoupené v příliš velkém balení, které nestačí spotřebovat včas. To se týká zejména menších domácností (např. seniorů nebo jednočlenných domácností), které tvoří významnou část městské populace.

- Zařaďte do nabídky menší porce nebo dělená balení, zejména u pečiva, mléčných výrobků, ovoce a zeleniny.
- Podporujte prodej na váhu (např. ovoce a zelenina, pečivo, sušené potraviny), aby si zákazník mohl zvolit přesné množství.
- Nabídněte zákazníkům možnost zakoupit **přesně odměřené suroviny na konkrétní recept (MENU BOX)**. Ušetří čas s přemýšlením, co vařit, a zároveň omezí přebytky. Přidejte i jednoduchý návod a motivujte k využití všech surovin beze zbytku.

3. Poskytujte zákazníkům informace o správném skladování a trvanlivosti

Z výzkumu vyplynulo, že domácnosti často nevyužívají plný potenciál trvanlivosti potravin kvůli nedostatečným znalostem – např. nerozlišení mezi datem spotřeby a minimální trvanlivostí, či nesprávné skladování.

- Komunikujte rozdíl mezi „Spotřebujte do“ a „Minimální trvanlivost do“ přímo v místě prodeje.

- Využijte etikety, digitální obrazovky nebo tištěné informační letáky s jednoduchými radami ke skladování.
- Zvažte i zavedení informačních ikon (např. „možno zmrazit“, „nejlépe skladovat v chladu“).

4. Pomozte zákazníkům plánovat

Neplánované nákupy často vedou ke koupi nadbytečných potravin, které následně končí v odpadu. Zejména v městském prostředí, kde jsou obchody dostupné denně, mohou vhodně zacílené pomůcky pomoci nákup lépe strukturovat.

- Nabídněte nákupní seznamy nebo aplikace k plánování nákupů.
- Umísťujte návody k orientaci v domácích zásobách poblíž často plynajících kategorií (např. mléčné výrobky, ovoce, hotová jídla).
- Spolupracujte s partnery na edukačních kampaních zaměřených na plánování a lepší management potravin v domácnostech.

5. Zvolte srozumitelnou, pozitivní a neodsuzující komunikaci

Zákazníci jsou citliví na tón, kterým se s nimi hovoří o plýtvání. Výčitky nebo moralizování nefungují. Úspěšné je naopak zapojení zákazníka jako aktivního partnera při záchraně potravin – např. „Pomozte nám zachránit jídlo“, „Kup jen tolik, kolik sníte“, „Děkujeme, že neplýtváte“.

- Používejte jednoduché, pozitivně laděné slogany.
- Snažte se podávat informaci jasně, stručně a nejlépe ve vizuální podobě (např. Banner v životní velikosti – nákupní košík s množstvím i složením potravin, které odpovídá plýtvání potravinami na osobu za rok nebo lednice se správným umístěním potravin podle teplotních zón).
- Zvažte zapojení humoru nebo vizuální identity, která podporuje pozitivní vztah k potravinám.
- Podporujte zákazníky v malých krocích, které se snadno provádějí (např. „vezmi menší porci“, „dej šanci křivému ovoci“).
- Umožňujte osobní zkušenost (např. ochutnávky z přebytků, interaktivní vzdělávací aktivity, soutěže nebo výzvy na sociálních sítích), mají mnohem větší šanci ovlivnit nákupní návyky než pasivní sdělení.
- Spojte komunikované téma s konkrétní výhodou pro zákazníka (sleva, jednoduchost, dobrý pocit).

6. Komunikace na sociálních sítích nestačí, je třeba spojit ji s komunikací přímo v místě prodeje

Obsah na sociálních sítích zaměřený na udržitelnost ze strany retailu zaznamenává velmi nízkou pozornost. Z toho vyplývá, že pouhé sdílení postů není k oslovení dostatečné, je třeba, aby komunikace byla viditelná přímo v místě nákupu.

- Online obsah zaměřte spíše na prohlubování vztahu ke značce a storytelling.
- Zviditelněte téma plýtvání potravinami přímo v místě prodeje – ideálně propojte (např. QR kód na bedýnce vede na příběh produktu nebo video o snižování odpadu).

Možná vizualizace banneru teplotních zón lednice do místa prodeje



Seznam zdrojů

Adaryani, R. L., Palouj, M., Gholami, H., Baghestany, A. A., Damirchi, M. J., Dadar, M., & Seifollahi, N. (2025). Predicting household food waste behavior: Bringing food literacy and purchasing power into the theory of planned behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 82, 104119. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.104119>.

Barker, H., Shaw, P. J., Richards, B., Clegg, Z., & Smith, D. (2021). What Nudge Techniques Work for Food Waste Behaviour Change at the Consumer Level? A Systematic Review. *Sustainability*, 13(19), Article 19. <https://doi.org/10.3390/sui31911099>

Beuvig, M., McNabb, W.C., Smith, N.W., 2024. Global nutrient content embedded in food losses and waste: identifying the sources and magnitude along the food supply chain. *Sustain. Prod. Consum.* 51, 519–531. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.10.005>.

ČSÚ (2024). Koho trápí příjmová chudoba? Český statistický úřad.
<https://statistikaamy.csu.gov.cz/koho-trapi-prijmova-chudoba?utm>

Eurostat. (2024). Food waste: 132 kg per inhabitant in the EU in 2022. [Online].
Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240927-2>

FAO, 2013. Food Wastage Footprint: Impacts on Natural Resources: Summary Report. Rome.
<http://www.fao.org/3/i3347e/i3347e.pdf>.

Goss, H. M., de Koning, J. I., Tromp, N., & Schifferstein, H. N. (2025). Let's get flexible: Exploring adaptable consumption toward reducing household food waste in the Netherlands. *Sustainable Production and Consumption*, 54, 274–288.
<https://doi.org/10.1016/j.spc.2025.01.005>.

Merkelbach, I., Dewies, M., & Denktas, S. (2021). Committing to Keep Clean: Nudging Complements Standard Policy Measures to Reduce Illegal Urban Garbage Disposal in a Neighborhood With High Levels of Social Cohesion. *Frontiers in Psychology*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.660410>

Schinkel, J., 2019. Review of policy instruments and recommendations for effective food waste prevention. In: Cooper, J. (Ed.), *Proceedings of the Institution of Civil Engineers-Waste and Resource Management*, vol. 172. Thomas Telford Ltd, pp. 92–101, 3.

Sjölund, A., Malefors, C., Svensson, E., von Brömssen, C., & Eriksson, M. (2025). Rethinking household food waste quantification: Increasing accuracy and reducing costs through automation. *Environmental technology & innovation*, 37, 103993.
<https://doi.org/10.1016/j.eti.2024.103993>.

UNEP, 2020. Emissions gap report 2020. Nairobi.
<https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>.

Jak šetřit jídlem v domácnostech

Doporučení pro spotřebitele a veřejnou správu

Autoři

Ing. Lucie Veselá, Ph.D.; Ing. Irena Baláková, Ph.D.; Ing. Andrea Králiková, Ph.D.;
doc. Ing. et Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.; Mgr. Anna Strejcová; Ing. Denisa Rybářová;
Mgr. Kateřina Rohanová; Ing. Mgr. Jiří Remr, Ph.D., MBA; Michaela Číhalíková Straková,
DiS.; Ing. David Hrabina

Vydala: Mendelova Univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno

Vydání: první, 2025

ISBN 978-80-7701-038-2 (online ; pdf)

<https://doi.org/10.11118/978-80-7701-038-2>

