

Foodsharing: alternatywna forma zrównoważonej konsumpcji żywności

Przemysł spożywczy ma ogromnie negatywny wpływ na środowisko ze względu na eksploatację zasobów naturalnych, wylesianie w celu pozyskiwania gruntów do hodowli i uprawy roli, a także wzrost emisji CO₂, wynikający m.in. z transportu żywności¹. Ponadto według raportu FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) rocznie wyrzuca się około 30% światowej produkcji jedzenia, co stanowi 1,3 mld ton jadalnej żywności². Dodatkowo tylko w Unii Europejskiej oszacowano, że na jedną osobę przypada średnio 173 kg marnowanej żywności rocznie³. Co więcej, przewiduje się, że odpady żywnościowe emitują do atmosfery 3,3 miliarda ton ekwiwalentu CO₂ każdego roku⁴. Powyższe statystyki oznaczają znaczne marnotrawstwo zasobów, powodujące długoterminowe niekorzystne konsekwencje dla środowiska, dla ekonomii oraz światowej żywności.

Z drugiej strony nagłośnienie tematu globalnej zmiany klimatycznej i znacznych ilości odpadów żywnościowych wraz z ich negatywnym wpływem na środowisko doprowadziło do istotnego wzrostu świadomości konsumentów, zmuszając ich do przemyślenia swoich dotychczasowych nawyków konsumpcyjnych. Rozwój świadomości ekologicznej znalazł odzwierciedlenie w zmianie zachowania konsumentów, którzy chcą zminimalizować swoje szkodliwe oddziaływanie na środowisko. W odpowiedzi na nowe trendy konsumenne, a także dzięki postępowi technologicznemu, powstał koncept gospodarki współdzielenia (sharing economy). Wyrażenie gospodarka współdzielenia (GW) jest powszechnie używane do określenia różnorodnych platform komercyjnych lub niekomercyjnych ułatwiających wymianę między podmiotami za pośrednictwem różnych sposobów interakcji, które mają na celu udzielenie dostępu do niedostatecznie wykorzystywanych zasobów.

Fenomen GW pojawił się w dyskusji publicznej i akademickiej na początku ubiegłej dekady za sprawą sukcesu firm takich jak Uber w sektorze transportu czy Airbnb w turystyce. Firmy te poprzez platformy internetowe łączą gospodarzy z gośćmi (Airbnb) oraz pasażerów z kierowcami (Uber), tym samym umożliwiając krótkoterminowy dostęp do niewykorzystanych zasobów, takich jak prywatne mieszkania czy samochody.

W konsekwencji podobny trend – pod nazwą foodsharing (FS) – pojawił się w przemyśle spożywczym. Koncepcja FS przyjęła cechy GW, takie jak korzystanie z platform internetowych oraz wykorzystanie nieużywanych zasobów (w tym przypadku żywności) w celu zapewnienia dostępu do nadwyżek i zapobiegania marnotrawieniu jedzenia. Choć w przeszłości dzielenie się jedzeniem było formą wymiany zazwyczaj ograniczoną do bliskiej rodziny i przyjaciół, rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych umożliwił dzielenie się z dotąd nieznanymi ludźmi na większą skalę. Na przykład

organizacje non profit lub osoby prywatne tworzą nieformalne grupy w mediach społecznościowych, gdzie ogłaszają chęć podzielenia się żywnością, która została im przykładowo po świętach czy innych przyjęciach okolicznościowych.

Choć do niedawna FS przejawiał się głównie w postaci non profit, obecnie w ramach GW przybywa coraz więcej komercyjnych przedsiębiorstw FS. Najpopularniejszą formą w firmach FS jest model B2C (business to consumer). W tym przypadku sklepy spożywcze, restauracje, piekarnie czy kawiarnie oferują konsumentom produkty, które są w pełni zdane do spożycia, ale mają na przykład defekty estetyczne, bliską datę ważności lub po prostu nie zostały sprzedane danego dnia i zostaną wyrzucone. Za pośrednictwem platformy internetowej, która zazwyczaj przybiera formę aplikacji mobilnej, przedsiębiorstwa mogą oferować takie produkty w postaci paczek-niespodzianek w cenach obniżonych od 20% do 60%. W ten sposób aplikacja daje obu stronom dostęp do wcześniej nieosiągalnego rynku nadwyżki żywności, oferując firmom miejsce do reklamowania produktów, które inaczej byłyby wyrzucone, a z drugiej strony udostępniając konsumentom informacje o ofertach i ich lokalizacji.

Z kolei model przychodowy platformy FS opiera się na prowizji od każdej sprzedanej porcji żywności, gdzie reszta dochodu trafia do lokalnych firm. Konsumenti płacą za jedzenie platformie FS (online), ale odbierają je fizycznie w wybranym lokalu. Ponadto firmy FS zawierają systemy reputacji, dzięki którym użytkownicy aplikacji mogą ocenić paczkę od danego dostawcy. Obecnie najpopularniejszą firmą FS z modelem B2C jest duńska aplikacja Too Good To Go, obecna w 15 krajach (w tym w Polsce) i posiadająca 40 milionów aktywnych użytkowników⁵.

Reasumując, biznesy FS w formie B2C tworzą wartość dla lokalnych firm, konsumentów i społeczności. Konsumenti uzyskują dostęp do rynku przecenionej żywności. Dostawcy sprzedają żywność, która w przeciwnym razie zostałaby zmarnowana, zwiększając swoje zyski oraz zmniejszając koszty utylizacji odpadów i związanej z nią logistyki. Ponadto platforma FS tworzy dodatkowy strumień klientów, którzy są zainteresowani produktami przecenionymi i odwiedzają sklepy bądź restauracje, co może skutkować dodatkowymi zakupami produktów z ich stałej oferty w standardowych cenach. Zaangażowanie w ograniczanie marnowania żywności za pośrednictwem platform FS poprawia również reputację firm, co w połączeniu z obniżonymi cenami zwiększa lojalność klientów. Wreszcie koncept FS pozytywnie wpływa na społeczność, wzmacniając świadomość społeczną odnośnie do problemu marnowania żywności i popularyzując praktyki prowadzące do jego zapobiegania.

KATARZYNA MALECKA

Absolwentka Uniwersytetu Nauk Stosowanych w Münster

¹ FAO, Food wastage footprint: Impacts on natural resources summary report, 2013.

² Ibidem.

³ FUSIONS, Estimates of European food waste levels, 2016.

⁴ FAO, Food wastage footprint..., 2013

⁵ Too Good To Go, Come fight food waste with us, 2021, <https://toogoodtogo.org/en>



WYDAWNICTWO PAU POLECA - link

PLATFORMA WYMIANY NAUKOWEJ PAU