

## „EkoMisja – Nie Marnuję!”



**Ponad 184 tys. uczniów z 1930 szkół podstawowych w całej Polsce wzięło udział w projekcie „EkoMisja – nie marnuję!”, realizowanym przez naszą firmę we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności.**

**Startujemy z nową, już 6. edycją akcji. „EkoMisja – nie marnuję!” to ogólnopolska inicjatywa edukacyjna, której celem jest budowanie świadomości ekologicznej wśród najmłodszych, promocja zdrowego stylu życia oraz przeciwdziałanie marnowaniu żywności i zasobów.**

W Polsce rocznie marnuje się prawie 5 milionów ton żywności, z czego aż 60% pochodzi z gospodarstw domowych<sup>1</sup>. To oznacza, że najwięcej żywności marnujemy w naszych własnych kuchniach. Na świecie natomiast, co roku marnuje się około 1,3 miliarda ton żywności, co stanowi około jednej trzeciej całej produkowanej żywności przeznaczonej do spożycia przez ludzi<sup>2</sup>.

Projekt „EkoMisja – nie marnuję!” to zestaw inspirujących scenariuszy lekcji, przygotowanych przez ekspertów FPBŻ oraz metodyków. Materiały dostosowane są do różnych grup wiekowych i pomagają nauczycielom rozbudzać w dzieciach refleksję nad kondycją naszej planety, jednocześnie wskazując praktyczne sposoby na to, jak zmieniać codzienne nawyki na bardziej zrównoważone. W tym roku projekt wzbogacony

<sup>1</sup> Instytut Ochrony Środowiska – Państwowy Instytut Badawczy, projekt PROM, [Jaka jest skala marnotrawstwa żywności w Polsce? Wyniki badań projektu PROM - Instytut Ochrony Środowiska](#)

<sup>2</sup> Food and Agriculture Organization (FAO), [Global food losses and food waste](#)

został o **konkurs plastyczny dla dzieci i młodzieży w wieku 6–14 lat**. Zadaniem uczestników jest stworzenie plakatu z hasłem promującym niemarnowanie żywności w szkołach. Na zwycięzców czekają atrakcyjne nagrody – bony o wartości kilkuset złotych.

W Lidlu wierzymy, że zmiana zaczyna się od edukacji. Dzięki EkoMisji młode pokolenie nie tylko poznaje wartość zasobów i żywności, ale też uczy się, jak realnie wpływać na otaczający świat. Już po raz szósty możemy współtworzyć ten projekt i inspirować tysiące uczniów do działania na rzecz naszej planety.

*– Jako Banki Żywności jesteśmy bardzo zadowoleni z ogromnej frekwencji w konkursach plastycznych Ekomisji i z niezwykle wysokiego poziomu otrzymywanych prac. Cieszymy się, że tak wiele młodych osób angażuje się w tematy związane ze zdrowym odżywianiem i przeciwdziałaniem marnowaniu żywności. Edukacja najmłodszych jest dla nas niezwykle ważna, ponieważ daje nadzieję na utrwalenie właściwych nawyków na przyszłość, a dzięki bardzo dobrej współpracy z siecią Lidl Polska możemy dotrzeć do szerokiego grona uczniów i uczennic z ciekawymi treściami –* **mówi Beata Ciepla, Prezes Zarządu Federacji Polskich Banków Żywności.**

Jako Lidl zdajemy sobie sprawę z negatywnego wpływu wyrzucania jedzenia na naszą planetę, dlatego ta kwestia jest stałym i bardzo ważnym elementem odpowiedzialności biznesowej marki. Od początku istnienia, czyli od 2002 roku, współpracujemy z Federacją Polskich Banków Żywności i razem prowadzimy wiele akcji charytatywnych, przyczyniając się do działań w celu zaprzestania marnowania zasobów żywnościowych.