



ТВОЯТА ХРАНА

Информационна кампания
за хранителни отпадъци

Ситуацията в момента



- Слаба е убедеността, че домакинствата могат съществено да допринесат за **намаляване на въздействието от хранителните отпадъци**.
[Flash Eurobarometer 425, 2015]
- Само 19% от запитаните в ЕС смятат, че имат лична отговорност за предотвратяването на **климатичните промени**.
[Special Eurobarometer 435, 2015]
- По-малко от 1/4 от запитаните в България дават правилен отговор на въпроса "Какво мислите, че означава **"най-добър до"**?"
[Flash Eurobarometer 425, 2015]

Цели на кампанията

- **Повишаване на информираността** за хранителните отпадъци, тяхното влияние, както и за ползите от предотвратяването им;
- Поощряване на **превантивно потребителско поведение**;
- Предоставяне на **информация, инструменти и умения** на домакинствата;

Целеви групи

- Домакинства
- Младежи
- Образователни специалисти

Заинтересовани страни

- Асоциации и сдружения на домакинства
- Асоциации и сдружения на учители
- Организации на гражданското общество / неправителствени организации
- Бизнес общност, предприемачи
- Вериги за търговия на дребно
- Създатели на политики
- Държавни институции
- Академични институции, студентски организации
- Лидери на мнение, общественици, знаменитости
- Блогъри за храна и здравословен начин на живот

Послания...

- **Факти**, за да се повиши информираността и ангажираността за действие
- **Напътстване**, за да предоставим необходимите инструменти и информация за действие
- **Вдъхновение**, за да пожелае целевата група да използва напътствията.

...И КЛЮЧОВИ ДУМИ

Стойност, отпадъци, домакинства, климат, ефективност, устойчивост, визия, гори, животни, вода, потребител, пари, планиране, срок, годност, съхранение, повторно използване, компостиране, даряване...

Дейности и продукти

- **Тренинг:** уъркшопи, ролеви и симулационни тренинги, тренинги на работното място, обучение на доброволци, практически демонстрации, тестове на знания и умения.
- **Комуникации:** панели със заинтересованите страни, конференции, семинари, форуми, ангажиране на медийни личности, уебсайт, кампания в социални мрежи, статии, промоционални материали.
- **Аудио-визуални:** видео материали, игри.
- **Интерактивни:** тестове, игри, интерактивни презентации, щандове на фестивали.
- **Текстови:** съвети, наръчници, помагала и дневници.
- **Ангажиране на общности:** състезания, дебати за млади лидери, мобилни инсталации в публични пространства.



ТВОЯТА ХРАНА

Информационна кампания
за хранителни отпадъци