
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Dodavatelský program Tesco Product Partners

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Tesco Stores ČR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Šárka Kiršnerová

Firma/organizace: Creative ADison s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Program Tesco Product Partners sdružuje 22 strategických dodavatelů produktů značky Tesco napříč celým sortimentem, se silným zastoupením ve střední Evropě. V průběhu roku jsme neustále rozvíjeli naše partnerství s našimi CE partnery s důrazem na udržitelné podnikání z farmy až na vidličku, motivovali je k měření potravinového odpadu i emisí a úspěšně spolupracovali na projektech na snížení plýtvání potravinami. Prostřednictvím těchto úzkých partnerství přinášíme našim zákazníkům lepší hodnotu a společně přispíváme k udržitelnějšímu dodavatelskému řetězci potravin a pomáháme tak naší planetě.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

„Přinášet planetě něco navíc“ je důležitou součástí našeho smyslu podnikání. V loňském roce jsme posunuli naše cílové datum dosažení klimatické neutrality v rámci všech našich provozů na rok 2035 a stanovili jsme nový, ambicióznější závazek dosáhnout nulových emisí v rámci našeho celého hodnotového řetězce do roku 2050. Ve spolupráci se Světovým fondem na ochranu přírody (WWF) jsme vytvořili sedm principů pro udržitelné potravinové systémy ve střední Evropě a představili akční plán, který zahrnuje cíle snížení emisí, potravinového odpadu a další oblasti.

Cílovou skupinu tvoří 22 našich strategických dodavatelů primárně ze střední Evropy napříč sortimentem. Počet partnerů zapojených do programu plánujeme v dalších letech navyšovat.

Strategie:

Díky dlouhodobé spolupráci s našimi dodavateli jsme schopni identifikovat jednotlivé příležitosti a výzvy v podnikání každého z nich a společně tak pracovat na unikátních řešeních v oblasti udržitelnosti. Jedním z příkladů je spolupráce s hlavním dodavatelem brambor společností Brop. Jedná se o rodinný podnik, který se snaží optimalizovat procesy všude tam, kde je to možné, aby se jejich produkty dostaly k zákazníkům nejčerstvější a bez rizika znehodnocení. Společně s námi dodavatel vyvinul značku „Perfectly Imperfect“, která v regálech obchodů Tesco ukazuje na první pohled nevzhledné, ale přitom vysoce kvalitní produkty, a zvyšuje tak povědomí zákazníků o důležitosti řešení potravinového odpadu.

Nástroje a aktivity:

Celý projekt Tesco Product Partners, včetně školení partnerů, zajišťujeme pomocí interního týmu. Tým zaměstnanců společnosti Tesco dlouhodobě pracuje na rozvíjení vztahu s našimi partnery, které pravidelně v průběhu roku navštěvuje a pořádá pro ně semináře a školení.

Materiály poskytnuté partnerům byly vytvořeny pomocí interních zdrojů, expertů uvnitř skupiny Tesco. Při vytváření obsahu a prezentací byl brán důraz na co největší srozumitelnost a přehlednost sdělení pro so neefektivnější sdělení s dodavateli napříč zeměmi.

Výsledky:

Podařilo se nám zvýšit počet našich dodavatelů, kteří každoročně reportují svá data o plýtvání potravinami, na loňských 16, což je o 7 více než v předchozím roce. Aktuálně již všichni naši dodavatelé v oblasti jídla reportují o svém potravinovém odpadu, což má silný pozitivní dopad na udržitelnost v celém našem potravinovém řetězci.