

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Bojovníci proti plýtvání - Tesco proti plýtvání potravinami

Klient:

Tesco Stores ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Tesco Stores ČR

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Lucie Loučková, Manažerka externí komunikace, Tesco Stores

ČR

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Lucie Loučková

Firma/organizace: Tesco Stores ČR

**Stručné shrnutí projektu:**

Z „neviditelné“ každodenní práce našich kolegů a kolegyně jsme udělali silný veřejný zážitek: zero waste tiskovou konferenci s kuchařskou show „z přebytků bez zbytků“ a lokálními poděkováními týmům v prodejnách (včetně personalizovaných billboardů). Za 10 let jsme darovali již přes 26, 6 milionu porcí jídla více než 300 tisícům klientů potravinových bank a snížili potravinový odpad o 82 %, event ukázal lidské tváře za těmito čísly a předala veřejnosti konkrétní návody, jak neplýtvat

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Plýtvání potravinami je společenský i reputační problém. Potřebovali jsme: zviditelnit nositele změny (naše týmy a partnery z potravinových bank), zviditelnit darování a zlepšit osvětu, edukovat veřejnost k omezení plýtvání v domácnostech. Cílové skupiny: zaměstnanci prodejen, potravinové banky, média, spotřebitelé. Nejpřesvědčivější je autentický příběh lidí, kteří jídlu denně dávají druhou šanci.

**Strategie a kreativa:**

Strategií bylo ukázat, že udržitelnost stojí na každodenní práci konkrétních lidí a že potraviny lze zachraňovat systémově i kreativně. Cílem bylo ocenit zaměstnance a potravinové banky, inspirovat kolegy i veřejnost k odpovědnému nakládání s potravinami, posílit reputaci Tesca jako lídra v boji proti plýtvání a představit příklady dobré praxe pro trh. Event Bojovníci proti plýtvání vytvořil zážitek kombinující ocenění zaměstnanců, gastronomii, živou edukaci a obsah pro dlouhodobou komunikaci. Zero waste catering pracoval se surovinami typickými pro darování do potravinových bank a nabídl praktický návod, jak přebytky proměnit v kvalitní jídlo. Interaktivní kuchařská show „Z přebytků bez zbytků“ ukázala proces vaření s maximálním využitím potravin. Na základě eventu vznikla veřejně dostupná bezezbytková kuchařka s videonávodem, která posunula projekt z jednorázové akce na dlouhodobý vzdělávací nástroj. Personalizované billboardy u nejspěšnějších obchodů podpořily motivaci týmů. Komunikaci završila kreativní tisková konference s praktickými tipy na záchranu zbytků z domácností a další kuchařkou, čímž se propojila interní i externí komunikace celého tématu.

**Nástroje a aktivity:****Event**

- ocenění zaměstnanců
- poděkování partnerům z potravinových bank
- kuchařská show
- ocenění vyrobená z nesházených potravin
- foto, video, rozhovory, videorecepty k dalšímu šíření

**Billboardová kampaň**

- billboardy s konkrétními bojovníky

**PR komunikace a tisková konference**

- zážitková zero waste konference s kuchařskou ukázkou
- vznik další kuchařky se snadnými recepty
- intenzivní mediální komunikace

**Interní komunikace**

- využití interní sítě pro sdílení příběhů, fotek a motivace týmů napříč regiony

**Výsledky:**

Event splnil očekávání, zaměstnanci pozitivně vnímali veřejné ocenění, posílil spolupráci s potravinovými bankami a inspiroval veřejnost. Tesco od roku 2016 darovalo 9 854 tun potravin, což odpovídá 26,6 milionu porcí jídel, a dlouhodobě podporuje prostřednictvím potravinových bank více než 300 000 lidí ročně. Mediálně projekt zasáhl široké publikum a stal se možným příkladem dobré praxe pro další firmy.

**Weblinky:**

<https://corporate.itesco.cz/bojovnici-proti-plytvani/>, <https://corporate.itesco.cz/tesco-bojovnici-proti-plytvani-pomahame-setrit-penezenku-i-planetu/>,  
<https://corporate.itesco.cz/udrzitelnost/pece-o-planetu/plytvani-potravinami>