



— 2023 —

IMPACT REPORT



328,554 ton
unikniętych emisji CO₂e
dzięki niemarnowaniu żywności



121,686,720
uratowanych posiłków
przez Too Good To Go

WPROWADZENIE

- 04 Kilka słów od bohaterów każdego dnia
- 06 Słowo od naszej CEO
- 08 Spostrzeżenia na temat marnowania żywności
- 10 Produkty Too Good To Go

NASZ WPŁYW

- 18 Kalkulacja śladu środowiskowego
- 20 Rok 2023 w liczbach

NASZA SPOŁECZNOŚĆ

- 24 Duże sieci handlowe
- 30 Niezależne sklepy
- 32 Producenci

NASZE INICJATYWY

- 36 Kampania „Popatrz, Powąchaj, Posmakuj”
- 40 Następne pokolenie
- 42 Zaangażowanie polityczne
- 44 Dzień świadomości

NASZA FIRMA

- 48 Certyfikat B Corp
- 50 Ślad węglowy
- 52 Wartości i zachowania
- 54 Diversity, Equity & Inclusion
- 56 Grupy Pracownicze
- 58 Shareback

NASZA PRZYSZŁOŚĆ

- 62 Budowa rozpoznawalności
- 64 Świetlany rok 2024

ŹRÓDŁA

- 66 Źródła



KILKA SŁÓW OD bohaterów KAŻDEGO DNIA

A więc to był rok 2023.

To co, zaczynamy?

Zacznijmy od naszego niesamowitego zespołu.
Na początek zadaliśmy im jedno proste pytanie
dotyczące pracy w **Too Good To Go**:

**Jaki był Twój najbardziej
pamiętny moment w 2023 roku?**

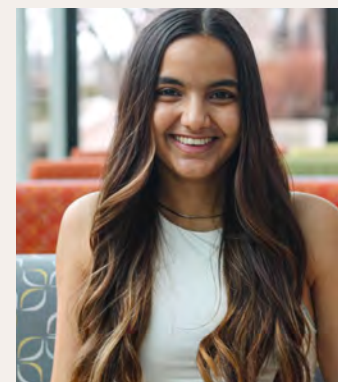
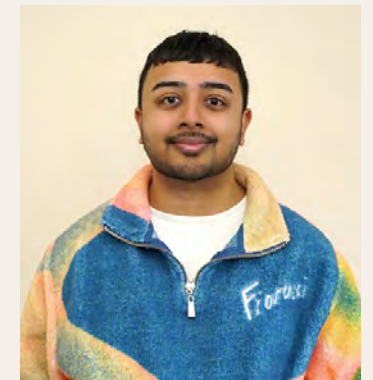


„Nasze oczekiwania i ekscytacja w USA w związku z wprowadzeniem na rynek **Too Good To Go** stale rosną. Podczas szkoleń i pierwszych rozmów telefonicznych z 30 sklepami, 25% z nich dołączyło już wcześniej do aplikacji, podczas gdy inne zwróciły się do przełożonych o zgodę. Podkreśla to sprawczość naszego całego zespołu w USA i postęp na rynku, torując drogę dla ekscytujących współprac z kluczowymi partnerami w 2024 r.!”

Calvin Ruth
Key Partner Growth Manager, US

„Niezwykłym wydarzeniem było dla mnie globalne spotkanie z zespołem Creative. Wypełnione współpracą, wspólnymi chwilami, szczerymi dyskusjami i zjednoczonym wysiłkiem zespołowym. Przypomniało mi, dlaczego tak bardzo lubię swoją pracę w **Too Good To Go** i jak bardzo jestem wdzięczny za osoby, z którymi pracuję”.

Abdul Hye
Marketing (Creative), Wielka Brytania



„Rozmawiałam ze sklepem o potencjalnej współpracy. Naszą rozmowę usłyszała klientka. Natychmiast włączyła się do rozmowy, chwalać **Too Good To Go** i opowiadając o tym, jak uratowało to jej naleśnikową restaurację. Te momenty naprawdę pokazują, jak ogromny wpływ może mieć nasza organizacja!”

Akanksha Yeola
Commercial, Kanada

„Ten moment, gdy wchodzę do sklepu i widzę długie kolejki osób czekających na **Paczki Niespodzianki** oraz słyszę ich wyjaśnienia, jak bardzo lubią dbać w ten sposób zarówno o swój portfel, jak i planetę. To sprawiło, że byłam niezwykle dumna ze swojej roli w budowaniu tej wspaniałej społeczności”.

Silvia Magán
Marketing (PR), Hiszpania



Rok 2023 był dla Ziemi pełen niespodzianek, ogromnych zmian i wyzwań w skali globalnej. Ale w **Too Good To Go** mamy dwa niezachwiane podstawowe przekonania: pozytywny postęp jest zawsze możliwy, a małe działania mogą mieć duży wpływ.

Jako społeczeństwo musimy ograniczyć globalny wzrost temperatury zgodnie z ustaleniami porozumienia paryskiego. Dlatego **Too Good To Go** koncentruje swoją uwagę na marnowaniu żywności, jednej z głównych przyczyn zmian klimatycznych.

SŁOWO OD NASZEJ **ceo**



Ze wszystkich wyzwań środowiskowych, przed jakimi stoimy, marnowanie żywności jest bez wątpienia najgłębszym. Ale głupie błędy wymagają inteligentnych rozwiązań. Dlatego w 2023 r. podjęliśmy szereg działań:

Nadal zwiększamy nasz wpływ na partnerów, ratując dobrą żywność przed zmartowaniem dzięki naszym **Paczkom Niespodziankom**.

Rozszerzyliśmy usługę **Too Good To Go Parcels** w Europie, umożliwiając producentom uratowanie prawie 700 000 paczek przed zmartowaniem.

Przeprowadziliśmy pilotaż naszego kompleksowego rozwiązania, **Too Good To Go Platform**, które umożliwia sieciom handlowym automatyzację w zarządzaniu datami ważności produktów.

Zdobyliśmy prestiżową nagrodę „Cultural Impact Award” w corocznym konkursie Apple App Store za wyjątkową intuicyjność użytkowania i pozytywny wpływ na planetę i społeczeństwo.

Uruchomiliśmy nowe ekscytujące programy i zbudowaliśmy koalicję z rządami, uniwersytetami i decydentami w celu poprawy prawodawstwa i edukacji w zakresie marnowania żywności.

Ale naszą Gwiazdą Polarną zawsze będzie liczba posiłków, które dzięki naszym staraniom nie trafiły do kosza.

W 2023 roku uratowaliśmy **121 686 720 posiłków** dzięki Paczkom Niespodziankom i innym produktom, czyli o **46%** więcej niż w 2022 roku. Uratowanie tak wielu posiłków przez zmartowaniem oznacza uniknięcie zużycia prawie **100 miliardów litrów wody** i emisji **328 554 ton CO2e** do atmosfery. Te emisje pozwoliłyby na przewiezienie dookoła świata ponad **57 000 pasażerów**.

Żadne z tych wysiłków na rzecz przeciwdziałania marnowaniu żywności nie byłyby możliwe bez naszych oddanych partnerów, użytkowników i pracowników. Dziękujemy za Waszą ciężką pracę, pasję i zaangażowanie. To właśnie dzięki Wam niezmiennie wierzymy, że podniesienie poprzeczki w 2024 roku jest możliwe.

Mette

Mette Lykke,
CEO, Too Good To Go

Spostrzeżena NA TEMAT MARNOWANIA ŻYWNOŚCI

Zanim omówimy jak Too Good To Go planuje przeciwdziałać marnowaniu żywności, musimy najpierw zdefiniować problem:

**NA CAŁYM ŚWIECIE DO 40%
PRODUKOWANEJ ŻYWNOŚCI
JEST MARNOWANE**

(WWF, 2021)

**KOSZT GLOBALNEGO MARNOWANIA
ŻYWNOŚCI WYNOŚI OKOŁO
1 BILIONA DOLARÓW ROCZNIE**

(FAO, 2014)

**ZMARNOWANE JEDZENIE ODPOWIADA
ZA 10% WSZYSTKICH EMISJI GAZÓW
CIEPLARNIANYCH GENEROWANYCH
PRZEZ CZŁOWIEKA.**

(WWF, 2021)

Niepotrzebnie wyrzucana żywność jest też przyczyną masowego marnowania innych zasobów, takich jak ziemia, woda, nawozy i paliwo.

Program Środowiskowy ONZ szacuje, że marnowanie żywności odpowiada za 30% wykorzystania gruntów rolnych i 21% zużycia słodkiej wody na całym świecie (UNEP, 2021). To jest – i wybaczenie, że zrobiło się tak naukowo – wysoce niewłaściwe.

CO MOŻEMY Z TYM ZROBIĆ?

Aby ograniczyć globalny wzrost temperatury, musimy zająć się czynnikami powodującymi zmiany klimatyczne. Dlatego skupiamy się na jednym z największych: marnowaniu żywności.

Ale choć może się to wydawać skomplikowane, a statystyki mogą brzmieć przerażająco, dają one również prawdziwy powód do nadziei. Marnowanie żywności nie jest enigmą. Rozwiązanie sprowadza się do odpowiedniego zarządzania zasobami i zmiany zachowań.

Oczywiście, te wyzwania są ogromne i złożone, ale są to wyzwania, na które można wpłynąć dzięki inteligentnym, innowacyjnym pomysłom. Dlatego w **Too Good To Go** chcemy inspirować i zachęcać ludzi – w pracy i w domu do wspólnego działania przeciwko marnowaniu jedzenia.

W dalszej części raportu opowiemy o narzędziach, których używamy, aby przekształcić ten pomysł w rzeczywistość.



produkty

TOO GOOD TO GO

Chcesz dokładnie wiedzieć, czym zajmuje się **Too Good To Go**, jakie produkty oferujemy i jakie są kluczowe zalety każdego z nich? Chętnie o tym opowiemy!

NAJWAŻNIEJSZE:
RATUJEMY ŻYWNOSĆ PRZED
ZMARNOWANIEM.

W naszym portfolio posiadamy aplikację łączącą użytkowników z partnerami, którzy udostępniają **Paczki niespodzianki**, a także **paczki z produktami od producentów**. Ostatnio ruszyliśmy z **Too Good To Go Platform**, która pomaga sieciom handlowym zapobiegać marnowaniu żywności dzięki inteligentnemu zarządzaniu datami ważności.

INNymi SŁOWY:
LUBIMY JEDZENIE, A NASZĄ
MISJĄ JEST ZADBANIE O NIE!



Produkty Too Good To Go

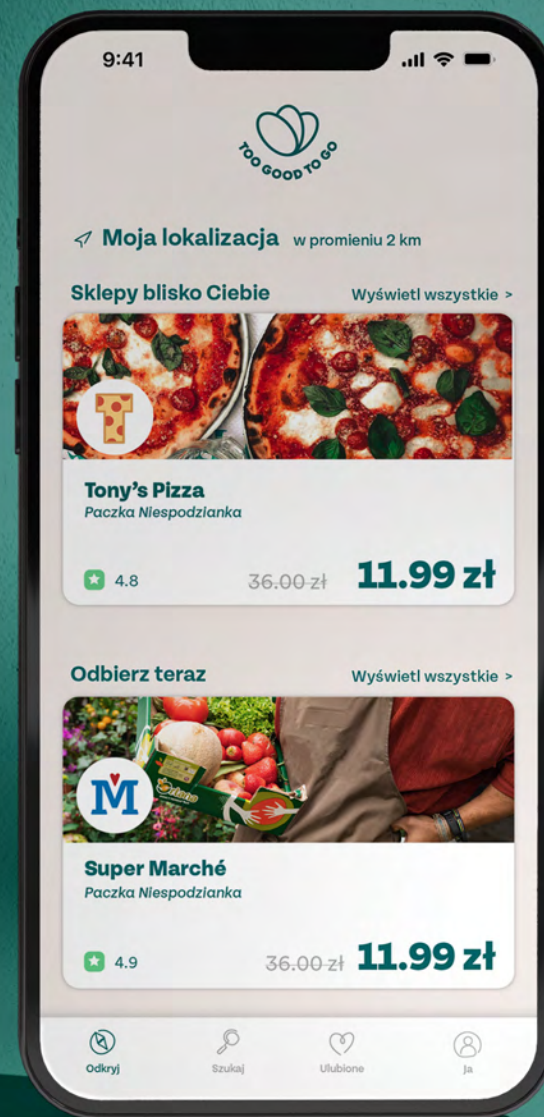
APLIKACJA

Aplikacja **Too Good To Go** to największy na świecie rynek do zarządzania nadwyżką żywnością, działający w 17 krajach w Europie i Ameryce Północnej.

Nasza aplikacja łączy ponad 85 milionów zarejestrowanych użytkowników z niesprzedaną żywnością od największych graczy w branży.

Paczki Niespodzianki i paczki od producentów udostępniane użytkownikom są pełne dobrej do spożycia żywności, która w przeciwnym razie zostałaaby wyrzucona.

Aplikacja nie tylko pomaga przeciwdziałać marnowaniu żywności, lecz jest także niezwykle łatwa w użyciu. Ale nie wierz nam na słowo! Pobierz aplikację już teraz i zobacz, co oferuje.



PACZKI NIESPODZIANKI

Uczestniczące sklepy, kawiarnie i restauracje zbierają niesamowite, smaczne, niesprzedane jedzenie i pakują je w **Paczki Niespodzianki**.

Za pośrednictwem naszej aplikacji użytkownicy mogą je rezerwować, a następnie kupić po obniżonych cenach.

Kto nie lubi miłych niespodzianek?

PACZKI OD PRODUCENTÓW

Jednym z głównych wyzwań stojących przed producentami jest radzenie sobie z nadwyżkami żywności. Dobra żywność z długimi datami ważności często marnuje się, zanim w ogóle dotrze do sprzedawców detalicznych.

Ale zamiast marnować, niesprzedana żywność jest pakowana, sortowana, a następnie w atrakcyjnej cenie dostarczana bezpośrednio do użytkowników.

W 2023 roku rozszerzyliśmy zasięg paczek od producentów – teraz są dostępne w pięciu krajach: Francji, Danii, Holandii, Belgii i Włoszech.

Dobre dla producentów, dobre dla kupujących i dobre dla planety.

W ten sposób korzystamy wszyscy.



Produkty Too Good To Go

TOO GOOD TO GO PLATFORM

Procesy sprawdzania daty ważności i przecen w sklepie mogą być czasochłonne, wymagające dużych zasobów i podatne na błędy, zwłaszcza gdy odbywają się na dużą skalę.

Według European Grocery Retailing Institute marnowanie żywności kosztuje detaliczne sklepy spożywcze średnio prawie 2% sprzedaży netto, co jest niemal równe ich średniej marży.

W 2023 r. przeprowadziliśmy pilotaż **Too Good To Go Platform**, aby wesprzeć naszych partnerów w zarządzaniu produktami w sklepach. Dzięki temu pomogliśmy zarówno znacząco poprawić wyniki finansowe, jak i ograniczyć marnowanie żywności.

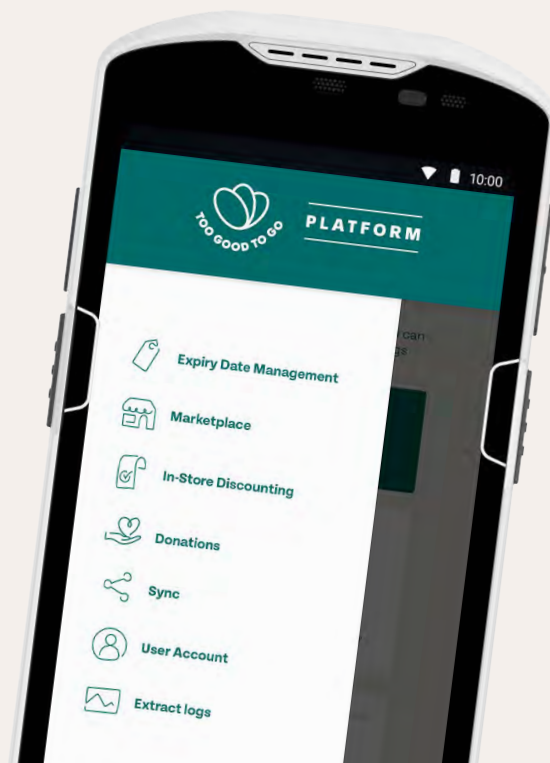
Too Good To Go Platform integruje obecnie pięć modułów w jednym interfejsie. Oferuje partnerom modułowe, konfigurowalne rozwiązanie, które pozwala opracować wydajną strategię zarządzania nadwyżkami żywności. Moduły te obejmują:

- Zarządzanie datami ważności
- Zalecenia
- Przeceny w sklepie
- Tworzenie Paczek Niespodzianek
- Darowizny.

* Zakładając średni przychód za Paczkę Niespodziankę w danym kraju i po przeliczeniu przez całkowitą liczbę sprzedanych Paczek na całym świecie w 2023 roku.

Wiemy już, w jaki sposób **Too Good To Go Platform** pomaga sprzedawcom detalicznym w zarządzaniu nadwyżkami żywności. Przyjrzyjmy się teraz niektórym wstępnym wynikom.

- **Too Good To Go** pomogło partnerom odzyskać 980 milionów dolarów* przychodu poprzez gruntowne zmniejszenie nadmiernych zapasów.
- Dzięki algorytmicznie generowanej krótkiej liście produktów o bliskim terminie ważności ręczne kontrole można ograniczyć do 1-7%.
- **Too Good To Go Platform** pomaga sklepom spożywczym zaoszczędzić średnio do 1 godziny dziennie na pracownika.



ZAMAWIANIE I SPRZEDAŻ

na półce w pełnej cenie



MONITOROWANIE

Zarządzanie datami ważności

Poprawa efektywności zarządzania zapasami w sklepie
Zmniejszenie liczby przeterminowanych produktów na półkach
Wyższe zadowolenie klientów
Mniej odpadów żywnościowych



OPTMALIZACJA

Zalecenia

Ograniczenie możliwości popełnienia błędów przy alokacji
Wiele kanałów dystrybucji dla nadwyżek żywności

DYSTRYBUCJA



Przeceny w sklepie

Optymalizacja przecen na poziomie SKU

Zwiększenie przychodów z przecenionych produktów o bliskim terminie ważności



Rynek konsumencki

Footfall, upselling
Przywiązanie do marki



Darowizny

Możliwość śledzenia
Połączenie z aplikacjami innych firm

CYFROWE ŚLEDZENIE I RAPORTOWANIE

Praktyczne spostrzeżenia

NASZ WPŁYW

Kalkulacja śladu środowiskowego
Rok 2023 w liczbach



KALKULACJA śladu ŚRODOWISKOWEGO

Stale staramy się ulepszać sposób, w jaki mierzymy nasz wpływ na środowisko. Dlatego w 2023 r. – pod kierunkiem najlepszych specjalistów w branży – wprowadziliśmy szereg zmian w naszych obliczeniach emisji CO₂e.

Po pierwsze, zmieniliśmy CO₂e **zaoszczędzone** na CO₂e **uniknięte**, zgodnie z terminologią rozliczania emisji dwutlenku węgla.

Nawiązaliśmy również współpracę z Merieux NutriSciences | Blonk, czołowym ekspertem w dziedzinie zrównoważonego rozwoju żywności, aby obliczyć ślad środowiskowy każdego posiłku, który nie zmarnował się dzięki **Too Good To Go**.

Wcześniej opieraliśmy obliczenia emisji CO₂e na szeroko zakrojonych globalnych badaniach Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO, 2013). Chociaż dostarczały one istotnych i wiarygodnych informacji, chcieliśmy zagłębić się w szczegóły. Dlatego specjaliści z Merieux NutriSciences | Blonk dostosowali nasze kalkulacje, aby uwzględnić tylko elementy istotne dla żywności, którą ratujemy przed zmarnowaniem.

Dzięki temu procesowi nie tylko obliczyli, ilu emisji CO₂e unikamy, gdy zapobiegamy marnowaniu żywności, lecz także o ile zmniejszamy zużycie wody i gruntów, pomagając nam lepiej zrozumieć nasz wpływ na otaczający nas świat.



KALKULACJA

Ślad środowiskowy Too Good To Go to różnica netto między wpływem dwóch scenariuszy:

Scenariusz 1

Nadwyżka żywności kończy jako odpad i podąża ścieżką przetwarzania odpadów. Na przykład może zostać spalona lub trafić na wysypiska śmieci.

Scenariusz 2

Too Good To Go umożliwia uratowanie nadwyżki żywności przed zmarnowaniem, unikając w ten sposób nowej produkcji żywności.



Następnie poprosiliśmy ekspertów z Uniwersytetu Oksfordzkiego i WRAP o dodatkowe (i jeszcze kolejne) sprawdzenie metodologii i kalkulacji, tak abyśmy uzyskali najdokładniejszą jak dotąd ocenę.

„Ten raport jest ważnym krokiem w kierunku zrozumienia, jaki wpływ na środowisko wywierają działania **Too Good To Go** w zakresie oszczędzania żywności, a co za tym idzie ograniczania odpadów żywnościowych. Techniczne aspekty tego podejścia są przemyślane i gratuluję autorom zwłaszcza konstruktywnych relacji z recenzentami w trakcie całego projektu”.

Hamish Forbes,
WRAP

„To ekscytujące i interesujące badanie. Zapewnia solidną ocenę ważnej inicjatywy mającej na celu przeciwdziałanie marnowaniu żywności. Ujawnia korzyści dla środowiska, które przynosi **Too Good To Go**, oraz pozytywny wpływ, jaki ta organizacja wywiera na planetę”.

Dr Joseph Poore,
Oxford University

TERAZ WIEMY, ŻE GDY ZAPOBIEGAMY ZMARNOWANIU JEDNEGO POSIŁKU (1 KG ŻYWNOSTI), UNIKAMY:


2,7 KG
emisji CO₂e


2,8^{M2}
użytkowania gruntów rocznie


810
zużytych litrów wody

Aby dowiedzieć się więcej, odwiedź stronę internetową **Too Good To Go** i zapoznaj się z pełnym raportem

2023 W LICZBACH

Od 2016 roku, z pomocą naszej oddanej społeczności, **Too Good To Go** rośnie w siłę i stale nawiązuje współpracę z firmami partnerskimi. W ten sposób uratowaliśmy ponad **300 milionów posiłków**.

To wystarczy, aby zapewnić każdej osobie w Japonii, Niemczech i Turcji posiłek na cały dzień (i jeszcze wystarczy dla wszystkich mieszkańców Holandii).

– Poziom globalny –

STATYSTYKI ZA 2023 ROK

W 2023 r. zarejestrowaliśmy ponad

21 MILIONÓW NOWYCH
UŻYTKOWNIKÓW

Nawiązaliśmy współpracę z ponad

72 TYSIĄCAMI NOWYCH
AKTYWNYCH SKLEPÓW

I uratowaliśmy niesamowite

121 686 720 POSIŁKÓW



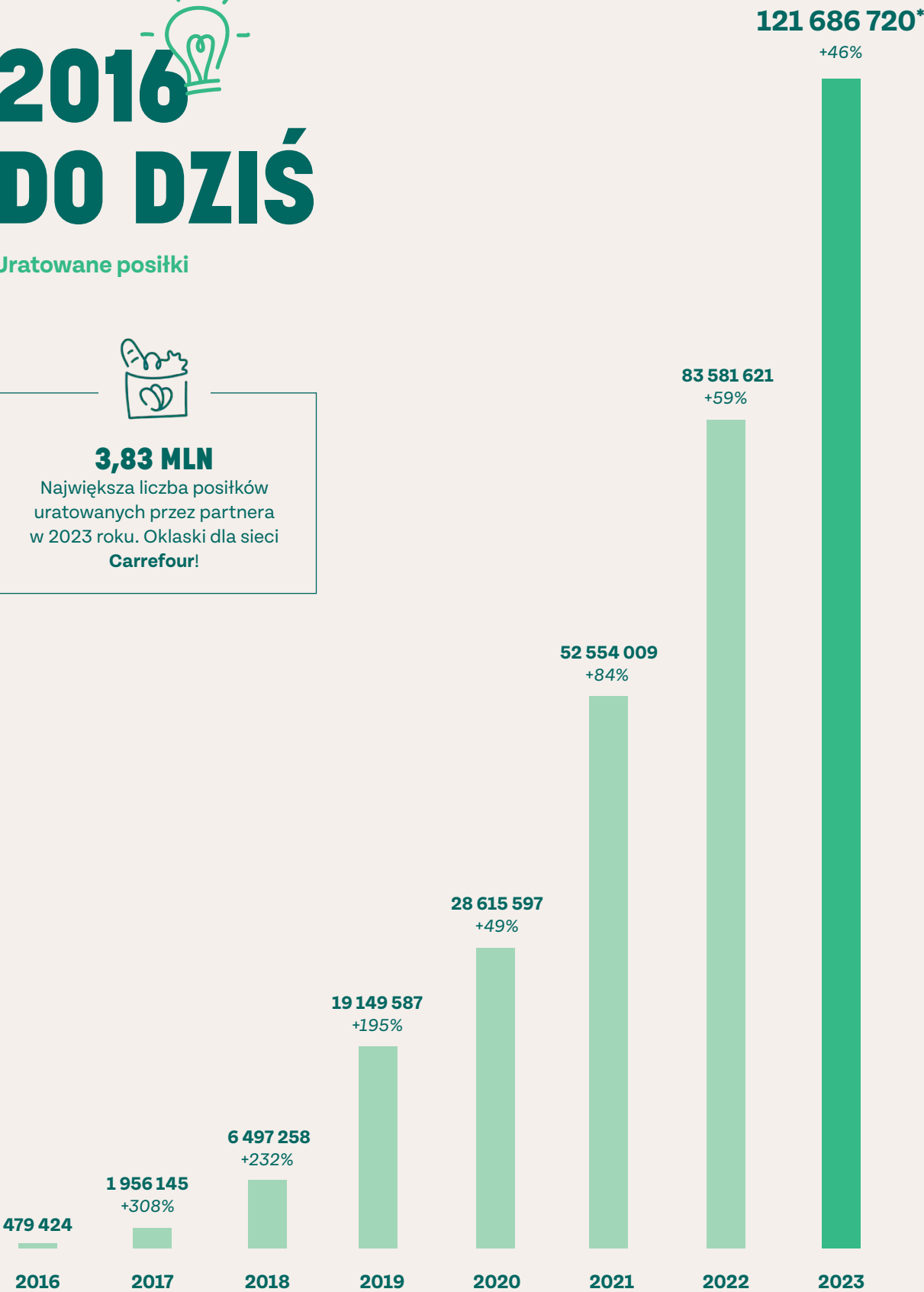
2016 DO DZIŚ

Uratowane posiłki



3,83 MLN

Największa liczba posiłków uratowanych przez partnera w 2023 roku. Okłaski dla sieci **Carrefour!**



*1 kg żywności = 1 posiłek • 1 x Paczka niespodzianka = 1 posiłek • 1 x paczka od producenta = 5,8 posiłku

NASZA SPOŁECZNOŚĆ

Duże sieci handlowe
Niezależne sklepy
Producenci



DUŻE SIECI handlowe

W aplikacji **Too Good To Go** mamy trzy rodzaje partnerów: duże sieci handlowe, niezależne sklepy i producentów. Przyjrzyjmy się im po kolei, zaczynając od pierwszego z nich.

Współpracujemy z prawie **85 000** sklepów, które należą do dużych sieci handlowych.

Ale czym dokładnie są duże sieci handlowe? Mówiąc najprościej, są to zazwyczaj marki, które mają setki sklepów.

Współpraca z dużymi markami pomaga nam wywierać duży wpływ – wraz z sieciami handlowymi w 2023 roku zapobiegliśmy zmarnowaniu aż **58 298 598 posiłków**.

Poświęćmy zatem chwilę, aby przyrzeć się im bezpośrednio.

metro

„**Too Good To Go** okazało się dla METRO Inc. kluczowym zasobem w naszym dążeniu do ograniczenia marnowania żywności o 50%. Aplikacja płynnie wpisuje się w nasze cele oraz stanowi wydajne rozwiązanie, które nie tylko jest zgodne z naszymi celami środowiskowymi, lecz także generuje znaczne korzyści na rzecz firmy i społeczności. Intuicyjny interfejs ułatwia zapobieganie marnowaniu żywności, przyczyniając się nie tylko do lepszych wyników finansowych, lecz także do realizacji naszej szerszej misji. **Too Good To Go** to nie tylko aplikacja – to strategiczny partner, który pomaga nam mieć pozytywny wpływ na świat”.

Mylène Champagne

Director, Environment & Technical Risks, METRO Inc.



WDROŻONY MODUŁ

Rynek konsumencki



PARTNER OD

2022



AKTYWNE RYNKI

Kanada



POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU

227 562

Odpowiada to całkowitej rocznej emisji CO₂e
47 obywateli Kanady!



„Współpraca z **Too Good To Go** pomaga nam uporać się z niezwykle ważnym problemem marnowania żywności, jednocześnie umożliwiając klientom dostęp do naszych produktów po jeszcze niższych cenach. Nie możemy się doczekać jeszcze bardziej niesamowitych rezultatów, gdy nasza relacja stanie się jeszcze silniejsza”.

Liz Fox
National Corporate
Responsibility Director, ALDI



WDROŻONY MODUŁ
Rynek konsumencki



PARTNER OD
2022



AKTYWNE RYNKI
Wielka Brytania i inne



POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU

367,297

To równowartość emisji CO₂e potrzebnych dla **748 pasażerów** samolotu na trasie Londyn - Nowy Jork.



WDROŻONY MODUŁ
Rynek konsumencki



PARTNER OD
2020



AKTYWNE RYNKI

Austria, Belgia, Dania, Francja,
Niemcy, Irlandia, Włochy,
Holandia, Norwegia, Portugalia,
Hiszpania, Szwajcaria, Wielka
Brytania



POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU

2 118 358

To odpowiada uniknięciu odpowiednika rocznych emisji CO₂e przez **880 obywateli Szwecji!**

Uratowane posiłki od początku współpracy: 5 milionów



„Międzynarodowa współpraca SPAR z **Too Good To Go** rozpoczęła się w grudniu 2020 roku i stale się rozwija. Dziś z aplikacji mogą korzystać klienci SPAR na 14 rynkach europejskich. Nasza współpraca podkreśla wieloaspektowe podejście do redukcji odpadów w łańcuchu dostaw i zaangażowanie na rzecz naszych klientów, którym chcemy oferować innowacyjne rozwiązania cyfrowe pomagające im robić zakupy w zrównoważony sposób. Dziękujemy naszym detalistom i klientom za przyjęcie innowacyjnej platformy, która przyczynia się do zmniejszenia wpływu produkcji żywności na środowisko”.

Tobias Wasmuht
CEO, SPAR International




7-ELEVEN

„Naszym wspólnym obowiązkiem jest dopilnowanie, aby żywność nie trafiała na wysypiska śmieci. Współpracując z **Too Good To Go**, nie tylko ograniczamy marnowanie żywności, ale także zapewniamy naszym klientom bardziej przystępną cenowo i zrównoważoną opcję, jednocześnie przyczyniając się do ochrony środowiska. Jest to korzystne dla wszystkich zaangażowanych stron i jesteśmy dumni, że możemy być częścią tego ruchu w kierunku bardziej zrównoważonej przyszłości”.

Marc Goodman

Vice President and General Manager,
7-Eleven Canada


WDROŻONY MODUŁ

Rynek konsumencki


PARTNER OD

2022


AKTYWNE RYNKI

USA


POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU
63 429

To równowartość emisji CO₂e potrzebnych dla **30 pasażerów samolotu dookoła świata.**

Frankfurt > Nowy Jork > San Francisco >
Tokio > Dubaj > Frankfurt


WDROŻONY MODUŁ

Rynek konsumencki


PARTNER OD

2023


AKTYWNE RYNKI

Kanada i inne


POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU
130,909

Odpowiada to całkowitej rocznej emisji CO₂e **27 obywateli Kanady!**

Peet's
COFFEE

„Sprawiając, że każdy krok jest tak prosty, **Too Good to Go** znalazło sposób, aby wyeliminować trudności w zapobieganiu marnowaniu żywności w naszych kawiarniach. **Too Good to Go** pomogło nam być lepszą firmą”.

Nannette Richardson

Head of Retail and CPG Marketing



NIEZALEŻNE sklepy

Nasze niezależne sklepy są integralnym elementem naszej działalności. To lokalne firmy pełne pasji do społeczności, ekologii i dobrego jedzenia.

W 2023 roku **119 206** niesamowitych niezależnych sklepów pomogło nam uratować **43 391 162** posiłki.

Brawa dla naszych bohaterów – niezależnych sklepów!

demasie..

„**Too Good to Go** pomogło nam poradzić sobie z kwestią marnowania żywności w różnych lokalach. Oprócz przyciągania nowych klientów doceniamy też społeczny wpływ przeciwdziałania marnowaniu żywności na świat i chcemy być częścią tego ruchu”.

Marc Escursell
Współzałożyciel Demasié



AKTYWNE MIASTA
Barcelona



PARTNER OD
2021

POSIŁKI URATOWANE W 2023 ROKU

7495

To równowartość
emisji CO₂e z **71 dni**
gorących pryszniców!

Nasi producenci tworzą, produkują lub dystrybuują wiele produktów spożywczych, które znasz i kochasz, ale w przeciwieństwie do naszych pozostałych partnerów rzadko wchodzi w interakcje z klientami. Zamiast tego współpracują bezpośrednio z firmami.

A ponieważ 21% wszystkich odpadów żywnościowych w Europie powstaje na etapie produkcji (Eurostat, 2023), dzięki współpracy z nimi pomagamy ograniczyć straty żywności na wcześniejszych etapach łańcucha żywnościowego.

paczki OD PRODUCENTÓW

Dlatego stworzyliśmy większe paczki z jedzeniem, które pochodzą bezpośrednio od producentów.

Dzięki tej współpracy w samym 2023 roku dostarczyliśmy **prawie 700 000 paczek producenckich**. A ponieważ te paczki są średnio 5,8 razy większe od standardowej Paczki Niespodzianki, oznacza to **prawie 4 miliony uratowanych posiłków**. Dzięki temu uniknęliśmy emisji 10 755 ton CO₂e, co odpowiada ilości dwutlenku węgla wychwyconej przez 268 870 świerków pospolitych!



„W Good Food Group zdajemy sobie sprawę ze znaczenia odpowiedzialnej konsumpcji i rozumiemy, że zasoby naszej planety są ograniczone. Zapewnienie zrównoważonej konsumpcji produkowanej przez nas żywności jest naszą odpowiedzialnością. W związku z tym nasze zaangażowanie w ograniczanie marnotrawstwa żywności to nie tylko zobowiązanie; to misja zgodna z naszą polityką ESG. Wspólnie z naszym cenionym partnerem, **Too Good To Go**, aktywnie pracujemy nad przyszłością, w której będziemy się rozwijać, produkując w sposób przyjazny dla środowiska i umożliwiając konsumentom dokonywanie zrównoważonych wyborów. Dlatego też jest to dla nas dumny moment, że zostaliśmy uwzględnieni w Impact Report 2023, ponieważ pokazuje on nasze wspólne wysiłki na rzecz budowania bardziej odpowiedzialnego i zrównoważonego świata we współpracy z **Too Good To Go**.”

Mads Tornvig Andersen
Sales Director



AKTYWNE RYNKI

Dania



PARTNER OD

2022

MEALS SAVED IN 2023

28,582

To tyle emisji ile potrzeba na branie **gorącego prysznica** przez 270 dni!

NASZE INICJATYWY

Często Dobrze Dłużej. Popatrz, Powąchaj, Posmakuj.

Następne pokolenie

Zaangażowanie polityczne

Dzień świadomości





ZAUF AJ SWOIM ZMYSŁOM, OCAL PLANETĘ

Kampania „Często Dobre Dłużej. Popatrz, Powąchaj, Posmakuj.”

W 2021 roku w Unii Europejskiej zmarnowało się łącznie 59 mln ton żywności. Mniej więcej tyle, ile waży Wielki Mur Chiński. Aż 54% z tego zostało zmarnowane w gospodarstwach domowych (Eurostat, 2023). Ponadto w Kanadzie każdego roku marnuje lub traci się około 58% wyprodukowanej żywności. Co uderzające, około 21% tego możliwego do uniknięcia marnotrawstwa ma miejsce na poziomie gospodarstw domowych (Goosh, 2019).

Jednym z kluczowych czynników przyczyniających się do marnowania żywności w gospodarstwach domowych jest zamieszanie wokół dat ważności. W szczególności niepewność co do znaczenia dwóch najpopularniejszych etykiet – „Należy spożyć do” i „Najlepiej spożyć przed” – odpowiada za około 10% marnowanej żywności w gospodarstwach domowych (Komisja Europejska, 2018).

W 2019 r. stworzyliśmy nasze etykiety „Popatrz – Powąchaj – Posmakuj”, które zachęcają ludzi, aby zaufali swoim zmysłom i przed wyrzuceniem żywności, której data „Najlepiej spożyć przed” już upłynęła, ocenili ją na podstawie jej wyglądu, zapachu i smaku.

Obecnie ponad 500 marek przeznaczyło miejsce na opakowaniach swoich produktów na tę specjalną etykietę **Too Good To Go**, a dzięki niestrudżonym wysiłkom tej potężnej koalicji wspólnie wywieramy bezpośredni wpływ na marnowanie żywności w gospodarstwach domowych na całym świecie.



Oto trzy rzeczy, które należy wziąć pod uwagę przed wyrzuceniem produktów, których data „Najlepiej spożyć przed” minęła.

POPATRZ

Rzuć okiem. Zwróć uwagę na pleśń lub przebarwienia.

POWĄCHAJ

Sprawdź, czy nie ma silnych lub nietypowych zapachów.

POSMAKUJ

Czy produkt jest kwaśny, nieswieży lub smakuje nietypowo?

Jeśli Twoje zmysły dają Ci zielone światło, smacznego!

„Piktogram „Popatrz – Powąchaj – Posmakuj” zachęca konsumentów do sprawdzania naszych produktów za pomocą zmysłów i weryfikacji w ten sposób daty przydatności do spożycia, dzięki czemu żywność będzie dłużej przechowywana. To powinno przyczynić się do mniejszego marnowania żywności w domach”.

Alpro UK



INICJATYWA W LICZBACH

13

Liczba krajów, w których można znaleźć nasze etykiety

537

Liczba marek używających tych etykiet

5420

Liczba linii produktów zawierających etykiety

6+ MILIARDÓW

Szacowana roczna liczba opakowań produktów opatrzonych naszą etykietą

W 2024 r. będziemy nadal podnosić świadomość kampanią „Często Dobre Dłużej” poprzez dalszą komunikację i współpracę. Nie tylko rozszerzymy zasięg samych etykiet (m.in. wprowadzimy je w Kanadzie!), lecz także będziemy kontynuować badania nad ich skutecznością. Połączyliśmy siły z Uniwersytetem Wageningen, Unilever i Food Waste Free United, aby dalej mierzyć wpływ etykiet na zachowania konsumentów na poziomie gospodarstw domowych.



Jesteś producentem? Chcesz używać etykiet „Popatrz – Powąchaj – Posmakuj”? Skontaktuj się z nami pod adresem: look-smell-taste@toogoodtogo.com



24% potwierdza, że widziało etykiety

62% spośród nich poczuło inspirację, aby zastanowić się nad marnowaniem żywności

66% poczuło inspirację, aby użyć swoich zmysłów przed wyrzuceniem produktu

(Epinion, 2022; Kantar Insights, 2023)



następne POKOLENIE

Budowanie świetlanej przyszłości jest możliwe tylko z pomocą bohaterów jutra. Dlatego współpracujemy ze szkołami i uniwersytetami, aby ochrona naszej planety stała się kluczowym elementem w procesie kształcenia.



Nasz program dla szkół podstawowych, **Mon École Anti Gaspi**, prężnie rozwija się we Francji. Dzięki niemu uczymy dzieci, jak chronić planetę poprzez docenianie jej zasobów. W 2023 roku nasze materiały edukacyjne pobrało ponad 20% francuskich szkół. To oznacza, że ponad 7000 szkół uczy o konsekwencjach marnowania żywności.

Obecnie pracujemy nad wprowadzeniem materiałów edukacyjnych we wszystkich krajach **Too Good To Go** w 2024 roku.

COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

Chcemy również inspirować przyszłych liderów branży. Właśnie dlatego współpracujemy z cionymi profesorami z Copenhagen Business School (CBS), aby opracować szczegółowy business case modelu **Too Good To Go**.

Badanie zatytułowane „Wypełnianie luki między celami zrównoważonego rozwoju a celami biznesowymi w biznesie międzynarodowym” zostanie wykorzystane, aby inspirować studentów na całym świecie do podejmowania właściwych decyzji przy równoważeniu możliwości handlowych z polityką zrównoważonego rozwoju.

ZAANGAŻOWANIE polityczne

Jednym z najskuteczniejszych sposobów przeciwdziałania marnowaniu żywności są działania legislacyjne, tzn. przekonywanie tych, którzy tworzą i egzekwują przepisy, że coś trzeba zrobić.

W 2023 roku podzieliliśmy się naszą wiedzą i entuzjazmem z urzędnikami państwowymi na całym świecie. Zachęcając i wspierając decydentów, staramy się pomagać rządowi w tworzeniu bardziej zrównoważonych rozwiązań żywnościowych.

Na każdym szczeblu rządowym, na całym świecie, staramy się głośno mówić o namacalnych możliwościach pozytywnych zmian.

ZOBOWIĄZANIE

do ambitnych (i prawnie wiążących) celów redukcji

WYMAGANIE

od przedsiębiorstw spożywczych publicznego raportowania poziomów marnowania żywności

SKUPIENIE

na zapobieganiu marnowaniu żywności u źródła

WYJAŚNIANIE

etykiet z datą, aby położyć kres nieporozumieniom

USUWANIE

z łańcucha dostaw praktyk powodujących marnowanie żywności

UE

Regularnie współpracujemy z Parlamentem Europejskim nad wdrażaniem prawnie wiążących celów w zakresie ograniczenia marnowania żywności oraz nad kształtowaniem Unijnej Platformy ds. Strat i Marnotrawienia Żywności.

NIEMCY

Zostaliśmy poproszeni o złożenie sprawozdania podczas przesłuchania ekspertów w parlamencie, aby podzielić się naszymi zaleceniami dotyczącymi ograniczenia marnowania żywności z wpływowymi niemieckimi decydentami.

WIELKA BRYTANIA

Nasze naciski i współpraca z parlamentarzystami pomogły ożywić rządową propozycję dotyczącą obowiązkowego raportowania na temat odpadów żywnościowych.

USA

Przedstawiliśmy Kongresowi ustawę „No Time To Waste Act” w ramach koalicji „Zero Food Waste Coalition”, która zobowiązuje się do ograniczenia marnowania żywności o 50% do 2030 roku.

HOLANDIA

Wnieśliśmy wkład w program przyspieszenia redukcji marnowania żywności na lata 2022–2025, kluczowy raport przedłożony holenderskiemu Ministerstwu Żywności i Rolnictwa.



HISZPANIA

Podczas wyborów powszechnych w 2023 r. z powodzeniem przeprowadziliśmy kampanię, dzięki której uzyskaliśmy obietnicę od nowego rządu, że stworzenie przepisów dotyczących przeciwdziałania marnowaniu żywności stanie się priorytetem.

AUSTRIA

Dzięki naszym naciskom na rzecz przejrzystości danych dotyczących marnowania żywności rząd wprowadził obowiązki sprawozdawcze dla sklepów i hurtowników. Ponadto nasza współpraca z Ministerstwem Klimatu doprowadziła do włączenia tematu marnowania żywności do programu nauczania w szkołach.

FRANCJA

W Międzynarodowy Dzień Świadomości o Marnowaniu Żywności gościliśmy w naszym biurze w Paryżu Ministra Spraw Konsumenckich. Minister publicznie poparł **Too Good To Go** jako realne rozwiązanie zarówno w zakresie ograniczania marnowania żywności, jak i zapewniania ludziom przystępnego cenowo dostępu do wysokiej jakości produktów spożywczych.



Zapobieganie marnowaniu żywności to

krok W KIERUNKU zielonej PLANETY



DZIEŃ ŚWIADOMOŚCI

Każdego roku, 29 września światowi eksperci w dziedzinie zrównoważonego rozwoju żywności zbierają się z okazji Międzynarodowego Dnia Świadomości nt. Strat i Marnotrawstwa Żywności (#FLWDay).

Organizowany przez Organizację Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) oraz Program Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska (UNEP) dzień promuje Cel Zrównoważonego Rozwoju ONZ 12.3: zmniejszenie **o połowę globalnego marnowania żywności do 2030 r.**

Z tej okazji chcieliśmy w 2023 roku podkreślić ludzi, którzy naprawdę przyczyniają się do jego realizacji, dlatego stworzyliśmy kampanię wideo, aby podkreślić niektóre z ich niesamowitych osiągnięć. Nagranie cieszyło się dużą popularnością w naszych kanałach i kanałach naszych partnerów i było udostępniane wraz z następującą wiadomością:

Każde małe działanie, każdego dnia, ma znaczenie; małe kroki mogą mieć duży wpływ. Czy wiesz, że z każdą Paczką Niespodzianką uratowaną przez naszą niesamowitą społeczność użytkowników i partnerów unikamy emisji 2,7 kg CO₂e? To może nie wydawać się dużo, ale w każdej sekundzie nasi użytkownicy ratują ponad 4 Paczki, co daje imponujący wynik! 📦👏

Więc wszystkim, którzy ratują żywność przed zmarnowaniem, dziękujemy za pomoc w tworzeniu bardziej zielonej i czystszej planety. 🌍💚

Dzięki setkom dodatkowych wzmianek w prasie nasze przesłanie zostało szeroko rozpowszechnione. W przyszłym roku planujemy zrobić to samo. Do zobaczenia we wrześniu!

NASZA FIRMA

Status B Corp
Ślad węglowy
Wartości i zachowania
Diversity, Equity & Inclusion
Grupy Pracownicze
Shareback





STATUS B CORP

Status „B Corp” jest nadawany firmom, które równoważą zysk z celem i spełniają wysokie standardy odpowiedzialności społecznej i środowiskowej.

Na początku 2023 r. pomyślnie dokonaliśmy ponownej certyfikacji. Musimy jeszcze trochę poczekać, aby poznać ostateczny wynik, ale miejcie oczy szeroko otwarte w marcu podczas „Miesiąca B Corp”, corocznego święta wszystkich firm związanych ze statusem B Corp.

Z radością podzielimy się szczegółami na temat wyniku certyfikacji B Corp, ale tak naprawdę status ten to nie tylko uzyskany wynik. To także bycie częścią społeczności inspirujących firm, oddanych robieniu rzeczy we właściwy sposób. Jesteśmy niezwykle dumni z bycia częścią tej ważnej sieci.

NASZA DOTYCHCZASOWA PODRÓŻ W ŚWIECIE B CORP

2019 

Too Good To Go po raz pierwszy uzyskuje certyfikat B Corp (hurra!) z wynikiem **81,8**.

 2021

Poprawiliśmy zasady dotyczące urlopu rodzicielskiego i dni urlopowych, uruchomiliśmy **program wolontariatu pracowniczego** „Shareback” i zwiększyliśmy liczbę obsługiwanych sklepów do 134 999, demonstrując nasze zaangażowanie we wspieranie innych firm w czynieniu dobra – kluczowy filar naszej strategii B Corp.

2022 

Wprowadziliśmy Kodeks etyczny i **Grupy Pracownicze**, zobowiązaliśmy się do płacenia **płacy wystarczającej na utrzymanie** i przeprowadziliśmy audyt **zróżnicowania wynagrodzeń**.

 2023

Rozpoczęliśmy współpracę z firmą **Plan A** w zakresie **redukcji emisji dwutlenku węgla**, uruchomiliśmy **rynek akcji pracowniczych** oraz – w wyniku wszystkich powyższych działań – czekamy na wynik naszej ponownej certyfikacji

Już planujemy kolejny przegląd za trzy lata, ponieważ status B Corp wymaga ciągłego samodoskonalenia. Przeszliśmy długą drogę, ale jeszcze nie czas, żeby spocząć na laurach.

NASZ ŚLAD węglowy

W 2023 r. podjęliśmy ważną decyzję: odejść od krótkoterminowego kompensowania emisji dwutlenku węgla i skupić się na szerszym celu redukcji emisji dwutlenku węgla.



Nawiązaliśmy współpracę z Plan A, organizacją o statusie B Corp – i grupą pozytywnych ludzi – aby śledzić nasz ślad węglowy i pomóc nam opracować sposoby jego radykalnego zmniejszenia. Najpierw specjaliści z Plan A przeliczyli nasze emisje w latach 2020–2022, aby dać nam jaśniejszy obraz naszego wpływu.

2020: 4875.7 ton CO₂e

2021: 11335.1 ton CO₂e

2022: 6664.6 ton CO₂e

Następnie organizacja skupiła się na roku 2023 i podzieliła nasz ślad węglowy na trzy odrębne zakresy:

ZAKRES 1 – 105.2 TON CO₂e

Emisje bezpośrednie. Dotyczy funkcjonowania naszych biur lub dostaw **Too Good To Go od producentów**.

ZAKRES 2 – 1100.3 TON CO₂e

Nasze emisje pośrednie. Energia elektryczna i ogrzewanie, których potrzebujemy, aby nasze laptopy działały (a naszym pracownikom było ciepło).

ZAKRES 3 – 12005.4 TON CO₂e

Wszelkie emisje, które nie wynikają z naszej działalności, ale za które jesteśmy odpowiedzialni. Nowe produkty, które kupujemy, karton do naszych paczek – to wszystko się liczy!

Potem musieliśmy tylko przeprowadzić proste obliczenia – dodać wszystkie trzy zakresy razem.

Lub, mówiąc bardziej matematycznie:

**105.2 ton CO₂e + 1100.3 ton CO₂e + 12005.5 ton CO₂e
= 13211 ton CO₂e**

Naszym celem jest dalsza redukcja emisji CO₂e, więc możemy wprowadzać zmiany w perspektywie krótkoterminowej, średnioterminowej, długoterminowej i...na zawsze.

wartości I ZACHOWANIA

Nasze oficjalne firmowe wartości i zachowania odzwierciedlają nie tylko to, kim jesteśmy jako firma, lecz także to, kim jesteśmy jako ludzie. Więcej przeczytasz w naszym Kodeksie etycznym, ale oto superszybkie zestawienie wszystkich pięciu wartości (w kolejności przypadkowej).



WE BUILD A LEGACY

Jesteśmy **innowacyjni**, ale zarazem **pokorni**. Rozumiemy, że nie możemy wszystkiego zrobić sami. I nigdy nie zapominamy, kim zawsze byliśmy: **miłośnikami jedzenia** (i znowu myślimy o jedzeniu...).



WE WIN TOGETHER

Jesteśmy **graczami zespołowymi**, **budujemy relacje** i zawsze bierzemy zbiorową odpowiedzialność za nasze działania.



WE RAISE THE BAR

Jesteśmy **odważni, ambitni** i **nastawieni na rozwój**, zawsze staramy się robić lepiej i być lepsi.



WE KEEP IT SIMPLE

Jesteśmy **rozważni, skoncentrowani** i **przejrzysti**, podejmujemy się skomplikowanych zadań, aby dzielić się prostym przekazem.



WE CARE

Szanujemy naszych pracowników, **wspieramy** naszych partnerów i użytkowników oraz zawsze będziemy się przy tym **dobrze bawić**.

DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

Diversity, equity & inclusion (DE&I) to kwestie leżące u podstaw wszystkiego, co robimy.

Na początku 2023 roku wyznaczyliśmy sobie kilka ambitnych celów do osiągnięcia do 2026 roku.

DO 2026 R. ZOBOWIĄZUJEMY SIĘ DO:

posiadanie co najmniej 40% członków zarządu pochodzących ze **środków niedostatecznie reprezentowanych**;

zwiększenia odsetka **kobiet na stanowiskach kierowniczych** do co najmniej 50%;

zwiększenia odsetka **kierowników wyższego szczebla** grup zróżnicowanych etnicznie i rasowo do co najmniej 10%;

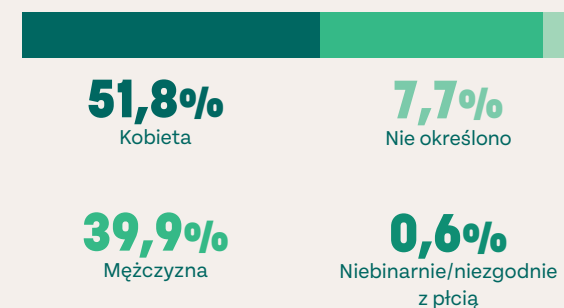
zwiększenia odsetka **pracowników** z grup **zróżnicowanych** etnicznie i rasowo do co najmniej 10%;

zwiększenie odsetka **pracowników bez wyższego wykształcenia** do co najmniej 15%.

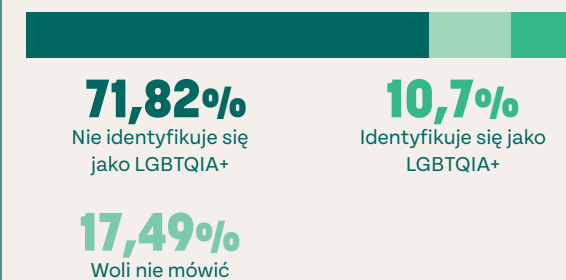
JAK NASZ ZESPÓŁ SIĘ IDENTYFIKUJE

(wyniki naszej najnowszej corocznej ankiety pracowniczej)

TOŻSAMOŚĆ PŁCIOWA

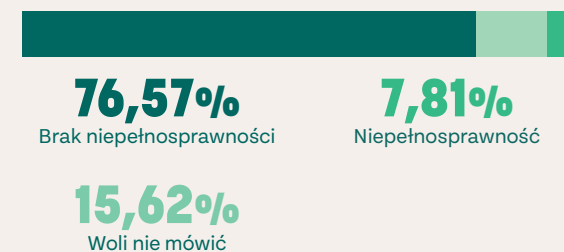


ORIENTACJA SEKSUALNA

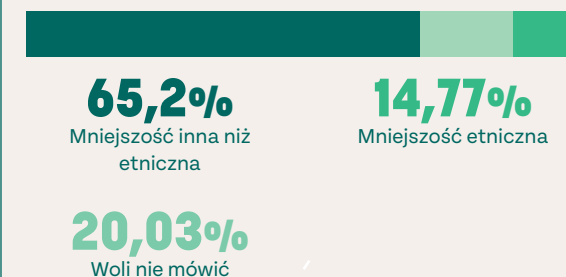


NIEPĘŁNOSPRAWNOŚĆ

(widoczna lub niewidoczna)



RASA / POCHODZENIE ETNICZNE



CO BĘDZIEMY ROBIĆ...

Zbierać informacje na temat różnorodności w procesach rekrutacji.

Wprowadzać mechanizmy mające na celu poprawę różnorodności w procesach rekrutacji.

Wspierać naszych liderów w promowaniu i zapewnianiu inkluzywności wszystkim.

OCENA INKLUZYWNOŚCI

Każdego roku prosimy pracowników, aby ocenili inkluzywność w **Too Good To Go** z perspektywy naszych wysiłków w dziedzinie DE&I. Na podstawie ich odpowiedzi nasz ostatni roczny wynik ankiety pracowniczej wyniósł 78%.

Zobowiązujemy się do dalszej pracy, aż osiągniemy 100%, oraz do utrzymania tego poziomu, gdy już go osiągniemy. W końcu doskonalenie DE&I to nie tylko cel, to konieczność.

grupy PRACOWNICZE

W 2022 roku uruchomiliśmy cztery Grupy Pracownicze (ERG), które w 2023 roku wykonały naprawdę solidną pracę.

Jednak najlepiej o Grupach Pracowniczych opowiedzą sami członkowie.

Zobaczcie, co mają do powiedzenia.



WOMEN IN THE WORKPLACE

„Jesteśmy inkluzywną, bezpieczną siecią umożliwiającą kobietom osiągnięcie celów zawodowych – niezależnie od tego, jakie one są! W tym roku skupiliśmy się na pokonaniu syndromu oszusta, osiągnięciu równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz świętowaniu Międzynarodowego Dnia Kobiet”.

Bronwyn Johnson
Global Account Manager



P.R.I.D.E.

„P.R.I.D.E. zajmuje się wspieraniem i celebrowaniem pracowników, którzy identyfikują się ze społecznością LGBTQIA+. W 2023 roku prowadziliśmy działania z okazji Pride Month, stworzyliśmy wytyczne „Brave Space” i zorganizowaliśmy inspirujące wystąpienie podczas Trans Visibility Day”.

Monica Viera
Sales Team Lead, Independent Partners



GLOBAL MAJORITY VOICES

„Naszą misją jest stworzenie bezpiecznej przestrzeni i inkluzywnej kultury dla osób kolorowych, w której czują się one upoważnione do szerzenia świadomości, budowania odpowiedzialności i promowania pozytywnych zmian. Mieliśmy pracowity rok, a jednym z najważniejszych wydarzeń było wystąpienie byłego dyrektora generalnego LEGO, który opowiedział nam o tworzeniu kultury inkluzywności w firmie”.

Danish Ahmad
Senior Digital Acquisition Manager



FUNCTIONALLY DIVERSE

„Zajmujemy się wyjątkowymi potrzebami i doświadczeniami naszych członków oraz pomagamy osobom sojusznikom dowiedzieć się więcej o niepełnosprawności i zdrowiu psychicznym. Uruchomiliśmy kilka inicjatyw – takich jak grupa dyskusyjna „Sharing is Caring” – i nieustannie kwestionowaliśmy stereotypy i błędne przekonania”.

Rocio Abella
Global Trade Marketing Manager



SHAREBACK

Dzięki naszej inicjatywie Shareback pracownicy **Too Good To Go** poświęcają swój czas, aby pomagać ludziom doświadczającym braku bezpieczeństwa żywnościowego na całym świecie.

Wszyscy nasi pracownicy nie tylko otrzymują jeden dzień w roku, aby brać udział w wolontariacie firmowym, lecz mogą wykorzystać do trzech dodatkowych dni roboczych na wolontariat, w który angażują się w prywatnym czasie.

W 2023 r. w programie Shareback wzięło udział 417 pracowników. Poświęcili oni na wolontariat aż **2800** godzin, co odpowiada obejrzeniu filmu „Kraina Lodu” **1176** razy. Co, jeśli jesteś rodzicem, brzmi jak normalna sobota.

Jesteśmy zdumieni hojnością naszych zespołów i poświęceniem inspirujących organizacji, w których pracowali jako wolontariusze. Przyjrzyjmy się teraz niektórym inspirującym projektom, które nasze zespoły wspierały w 2023 roku.

Dziękujemy wszystkim naszym niesamowitym wolontariuszom!



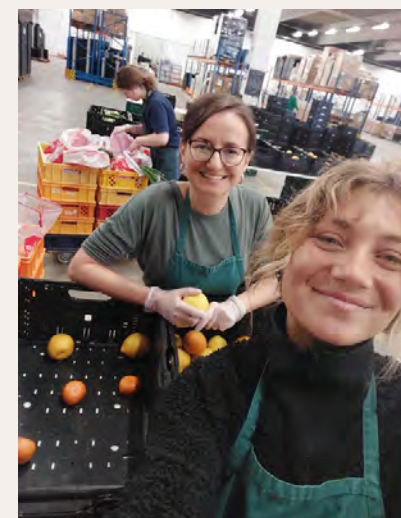
W **Kanadzie** pracownicy wspierali w ramach wolontariatu The Daily Bread Food Bank, Moisson Montréal, Food Stash Foundation i FoodShare. Zbierali rzodkiewki i botwinę, wykopali setki dołków, aby zasadzić czosnek, a także pomagali sortować i przygotowywać paczki żywnościowe dla potrzebujących.



Nasz zespół z **USA** wspierał wiele dobrych celów, co oznacza, że mogliśmy podać pomocną dłoń Keep Austin Fed, Greater Chicago Food Depository, Hunger Free America, SF-Marin Food Bank i God's Love We Deliver.



W **Niemczech** nasi wolontariusze wspierali bank żywności Die Tafel, który ratuje zdumiewające 265 000 ton żywności rocznie. Współpracowaliśmy również z supermarketami EDEKA, zachęcając ich klientów do zakupu dodatkowej żywności w celu przekazania jej na rzecz Die Tafel.



W **Austrii i Szwajcarii** wspieraliśmy ośrodki dla bezdomnych VinziWerke i bank żywności Tischlein Deck Dich. Jesteśmy zaszczycony, że możemy odegrać nawet niewielką rolę w zmniejszaniu braku bezpieczeństwa żywnościowego w Austrii, Szwajcarii i poza nią.



NASZA PRZYSZŁOŚĆ

Budowa rozpoznawalności
Świetlany rok 2024





BUDOWA ROZPOZNAWALNOŚCI

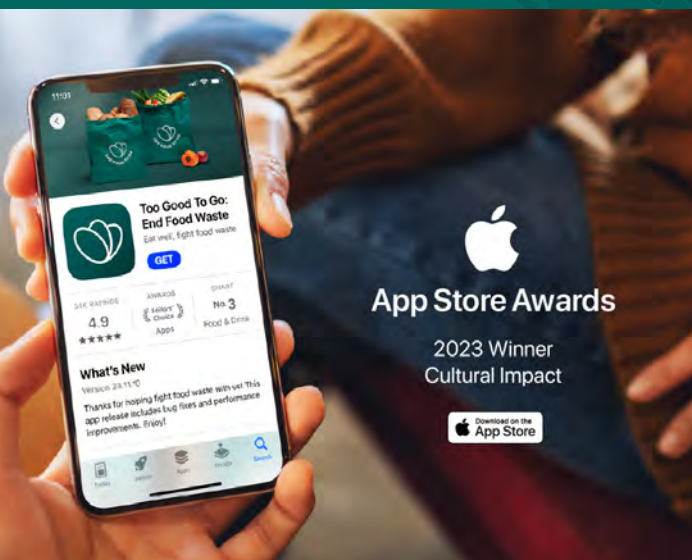
W 2023 r. nasz zespół znacznie ułatwił nam osiągnięcie przyszłych sukcesów dzięki licznym prestiżowym nagrodom i szerokiemu uznaniu prasy dla naszego celu.

Zanim więc spojrzymy w przyszłość do 2024 r., oto przegląd tylko kilku z tych sukcesów.

GLOBALNIE

Deloitte wytypowało nas jako jedną z „**najlepiej zarządzanych firm**”, znaleźliśmy się też na uznanej liście „**Change the World**” magazynu Fortune i zdobyliśmy niezwykle cenną nagrodę „**Cultural Impact Award**” podczas corocznego rozdania nagród Apple App Store Awards.

Nie moglibyśmy tego osiągnąć bez naszych wspólnych ludzi, którzy działają na rzecz poprawy sytuacji i promują nasze przesłanie.



LOKALNIE

Nie możemy tak po prostu świętować tych globalnych osiągnięć bez podkreślenia indywidualnych zwycięstw naszych zespołów na całym świecie. Poniżej opisujemy tylko kilka wybranych.



Włochy

Podczas rozdania nagród Forum Retail Awards projekt **Too Good To Go paczki od producentów** zdobył tytuł „Najlepszego Zrównoważonego Projektu”. Nagroda w pełni zasłużona (i właściwie świętowana)!



Holandia

Na prestiżowej liście Synergie „Inspiring 40” zostaliśmy już piąty rok z rzędu uznani za „Najbardziej inspirującą firmę w Holandii”.



Polska

Newsweek Polska przeprowadził wywiad z naszą CEO, Mette Lykke, która pojawiła się nawet na okładce. Wyglądałaś świetnie, Mette!



Norwegia

Byliśmy zaszczytzeni otrzymaniem nagrody „Møllerens Inspirasjonspris” („Nagroda za Inspirację” dla wszystkich, którzy nie mówią płynnie po norwesku) przyznawanej wybitnym ambasadorom żywności.



Austria

Telewizja ORF wyemitowała o nas raport, który dotarł do ponad miliona widzów. To dopiero dobry wynik!



Niemcy

Zostaliśmy zaproszeni do udziału w pionierskim wydarzeniu WWF „Restlos Genießen”, gdzie pomagaliśmy edukować (i zabawiać) gości quizami i grami dotyczącymi marnowania żywności.



Irlandia

Kiedy RTÉ One pracowało nad raportem o nazwie Food Matters, byliśmy podekscytowani zaproszeniem do współpracy nad tematem bliskim naszym sercom.



Wielka Brytania

Otrzymaliśmy od magazynu Financial Times tytuł Tech Champions w kategorii „Usługi biznesowe i profesjonalne”. Jednak najbardziej cieszy nas fakt, że zostaliśmy nominowani przez czytelników.

ŚWIETLANY ROK 2024

To tyle, jeśli chodzi o podsumowanie roku 2023; to był prawdziwy przywilej móc razem wpływać na rzeczywistość.

Niezależnie od tego, czy jesteś partnerem, użytkownikiem, czy jednym z naszych fantastycznych pracowników, dziękujemy, że sprawiasz, że każdy posiłek ma znaczenie.

Prawdę mówiąc, wszyscy wiemy, że wyzwanie związane z marnowaniem żywności nie zniknie w najbliższym czasie. Z pomocą naszej społeczności **Too Good To Go** ratuje obecnie 4 posiłki na sekundę, ale około 40 000 na sekundę wciąż się marnuje. Ale to nie powód do poddawania się – po prostu nadszedł czas, aby przyspieszyć.

Co więc zaplanowaliśmy na 2024 rok? Cóż, nie lubimy stać w miejscu...

W 2024 roku chcemy pomóc uratować jeszcze więcej żywności przed zmarnowaniem, zwiększając wpływ naszych trzech podstawowych produktów: **Too Good To Go Paczka Niespodzianka**, **Too Good To Go Paczki od Producentów** i **Too Good To Go Platform**. Dzięki głębszemu zaangażowaniu się w łańcuch dostaw możemy pomóc naszym partnerom zbliżyć się do zerowej ilości odpadów.

Jesteśmy również podekscytowani rozszerzeniem zasięgu naszych działań na rzecz ratowania żywności na jeszcze więcej miast, krajów i kontynentów.

Jesteśmy przygotowani na (kolejny) duży rok postępów i wyzwań. Nie możemy się doczekać, aby zobaczyć, jaki wpływ będziemy mieli razem.



METTE LYKKE
Dyrektor generalna



MARTIN KVIST
Dyrektor finansowy



KASPER HEINE
Radca prawny



SIMON LEESLEY
Dyrektor operacyjny



KATRINE HUSUM JENSEN
Dyrektor ds. HR
i kultury



MATEO RANDO
Dyrektor ds. produktów



JOOST RIETVELD
Wiceprezes ds. ekspansji



IVO VAN DEN BRAND
Dyrektor ds. marketingu



MORTEN KELDEBÆK
Dyrektor ds. technologii



JULIE JOHANSEN
Dyrektor ds. handlowych

źródła



EPINION, 2022

Na zamówienie Too Good To Go. Impact - date labelling. Report pretest Wszystkie rynki n = 28 434 w 12 krajach UE

KOMISJA EUROPEJSKA, 2018

Komisja Europejska (2018). Market Study on Date Marketing and Other Information provided on Food Labels and Food Waste Prevention Final Report

EUROSTAT, 2023

Eurostat (2023). Food waste and food waste prevention – estimates. Dostęp we wrześniu, 2023 pod adresem https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_Waste_and_food_waste_prevention_-_estimates#Amounts_of_food_waste_at_EU_level

FAO, 2013

Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (2013). Food wastage footprint Impacts on natural resources. Summary report. Rzym, FAO. <https://www.fao.org/3/i3347e/i3347e.pdf>

FAO, 2014 R

Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (2014). Food wastage footprint – Full-cost accounting, Final report. Rzym, FAO. <https://www.fao.org/3/i3991e/i3991e.pdf>

Gooch, 2019 r

Gooch M. et al. (2019). The Avoidable Crisis of Food Waste: Technical Report; Value Chain Management International and Second Harvest; Ontario, Kanada. <https://www.secondharvest.ca/getmedia/58c2527f-928a-4b6f-843a-c0a6b4d09692/The-Avoidable-Crisis-of-Food-Waste-Technical-Report.pdf>

KANTAR INSIGHTS, 2023

Na zamówienie Too Good To Go. Global Brand Tracker Too Good To Go. n = 13 611 z 17 krajów (266409827)

UNEP, 2021 R

Program Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska (2021). Food Waste Index Report 2021. Nairobi, UNEP. <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>

WWF, 2021 R

World Wildlife Fund - Wielka Brytania i Tesco (2021). Driven to Waste: the global impact of food loss and waste on farms. Woking, WWF-UK. Woking, WWF-UK. https://files.worldwildlife.org/wwfcmprod/files/Publication/file/6yoepbekgh_wwf_uk_driven_to_waste___the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf?_ga=2.237292164.568304246.1682929097-733660898.1682929096

**Dziękujemy, że pomagasz
nam w naszej ważnej misji:**

Chcemy inspirować do wspólnych działań
przeciwko marnowaniu jedzenia.

