

A HISTÓRIA DA Too Good To Go

CONSUMO & PRODUÇÃO LIXO ZERO

7

3 anos e meio após salvar sua primeira refeição em Copenhague, a empresa Too Good To Go já salvou 29 milhões de refeições, evitando a emissão de mais de 72000 toneladas de gás de efeito estufa, equivalentes a 15.000 veículos utilizados em um ano. Através de uma comunidade de 18 milhões de pessoas chamadas "waste warriors" e 38.000 restaurantes, supermercados e cafés em 14 países, a empresa está sendo capaz de salvar uma refeição por segundo e continua a expandir a cada ano.



CONTEXTO

Um terço de todos os alimentos produzidos atualmente acaba em uma lixeira, onde, no melhor dos casos, são utilizados para alimentar animais ou reciclados ou, no pior dos casos, são enviados para aterros ou incinerados.

Esse problema gera não apenas sérias questões éticas e sociais, mas também ameaça profundamente o meio ambiente. O desperdício alimentar é responsável por 10% da emissão de gases de efeito estufa globalmente e 28% das terras utilizadas para agricultura ao redor do mundo produzem alimentos que serão desperdiçados. **Na Europa, a média anual de desperdício de cada cidadão é de 92 kg de alimentos, contribuindo para um terço do desperdício per capita anual**¹. Além disso, existe o custo financeiro do desperdício de alimentos, estimado em 143 bilhões de euros por ano na Europa.

Entretanto, se o desperdício

alimentar possui um custo econômico, também possui benefícios econômicos. Essa foi a aposta que os fundadores do Too Good To Go fizeram. Ao criarem um sistema onde o excedente de alimentos de restaurantes, hotéis, supermercados e padarias é vendido a um preço mais baixo, o objetivo era gerar receita de alimentos que seriam desperdiçados. Ao fazerem isso, a empresa atua efetivamente em cerca de 17% do total de desperdício de alimentos na Europa ao prover uma solução benéfica para serviços alimentares do atacado e varejo.

COMO TUDO COMEÇOU?

Fundada em 2015, Too Good To Go salvou sua primeira refeição em Copenhague em março de 2016. A ideia inicial dos fundadores foi focar nos alimentos que seriam desperdiçados ao final de um buffet. Quando desenvolveram esse conceito, eles rapidamente realizaram que isso poderia ser estendido para todos os tipos de fornecedores de serviços alimentares, como restaurantes, cafés, padarias e hotéis.

A visão por trás da Too Good To Go continua a mesma desde o início: combater o desperdício alimentar inspirando e empoderando todos a lutar contra o desperdício juntos.

A partir da capital da Dinamarca, a ideia rapidamente se espalhou, com usuários e outros empreendedores vendo o apelo da ideia. Isso aconteceu na França, Noruega, no Reino Unido, onde o modelo foi rapidamente replicado. A empresa então rapidamente expandiu para outros países da Europa como Polônia, Áustria, Suíça, Portugal, Bélgica e Holanda.

A lógica por trás da Too Good To Go é simples: conectar consumidores com negócios cujos produtos não foram vendidos e seriam descartados. Atualmente, após 4 anos, seu sucesso pode ser medido ao ter se expandido de uma cidade para 14 países com 29 milhões de refeições salvas através de um aplicativo para dispositivos móveis com seus mais de 18 milhões de usuários.

1. 1. FUSIONS. "Estimates of European Food Waste Levels." European Commission, 2016.



SOBRE A EMPRESA

A empresa está sediada em Copenhague, onde iniciou suas atividades, com escritórios locais em 14 países atualmente².

A Suécia tornou-se o mais recente país a juntar-se em janeiro de 2020. Apesar de estar presente em muitos países, a Too Good To Go continua a ser uma única entidade, com tudo subordinado a uma holding global. Isso significa que a empresa não possui franchises e que todas as entidades locais são parte da estrutura global.

Cada entidade tem um gerente que coordena as operações com um time local. A empresa gera receita de duas formas a partir dos parceiros de negócio ativos na plataforma que:

1. Pagam uma inscrição anual para a Too Good To Go
2. Pagam uma pequena comissão para a Too Good To Go para cada refeição vendida

2. Holanda, França, Dinamarca, Portugal, Bélgica, Polónia, Suíça, Áustria, Espanha, Suécia, Noruega, Alemanha, Itália e o Reino Unido.

O QUE A EMPRESA FAZ?

O objetivo principal da Too Good To Go é combater o desperdício alimentar. Para isso, ela fornece uma solução para fornecedores de serviços alimentares venderem seu excedente que seria desperdiçado ao final de um dia de operação. Entretanto, o aplicativo é apenas uma forma da empresa combater o desperdício de alimentos, na medida em que também encoraja famílias, escolas e políticos a mudarem seu comportamento e visa influenciar a legislação que irá reduzir o desperdício alimentar no futuro.

A Plataforma Business to Consumer (B2C)

Após quatro anos, a **Too Good To Go é atualmente a maior Plataformas Business to Consumer do mundo que visa combater o desperdício alimentar**. Isso é feito via um aplicativo para dispositivos móveis onde empresas podem adicionar seus excedentes de alimentos e os consumidores

podem ver as ofertas disponíveis.

O aplicativo é feito para restaurantes, padarias, supermercados, hotéis e refeitórios. Para a Too Good To Go, essa é uma solução com vantagens para todos os envolvidos, permitindo aos negócios obterem receitas de alimentos que seriam desperdiçados ao mesmo tempo que conseguem novos clientes, e aos clientes obterem alimentos a preços mais acessíveis para reduzir o desperdício de alimentos, e todos os participantes tendo um impacto positivo no meio ambiente.



O movimento contra o desperdício alimentar

A visão geral da empresa é “um planeta sem nenhum desperdício de alimento”. Para alcançar isso, está ativamente empoderando e inspirando todos a combater o desperdício de alimentos ao construir um movimento comprometido em quatro pilares. Além de seu impacto direto, atingido através do aplicativo, também possui impactos indiretos através dos quatro pilares, cada um com diferentes objetivos a serem atingidos até o fim de 2020.

1 pilar:

Foca especificamente famílias, já que a metade do desperdício de alimentos na Europa acontece nesse nível. O pilar fornece mensagens educacionais com

dicas e truques que podem reduzir o desperdício de alimentos diariamente ao se comprar, armazenar e cozinhar de formas melhores. O objetivo geral é fazer com que cidadãos recuperem e entendam o valor dos alimentos e dar maior visibilidade ao problema.

2 pilar:

Tem como objetivo os negócios, visando ir além do varejo e dos serviços de alimentação para reduzir o desperdício alimentar e perdas nos demais elos da cadeia de valor do setor. Contém planos para melhorar as agendas de sustentabilidade dos 38.000 parceiros de negócio com os quais a empresa já trabalha.

3 pilar:

O terceiro pilar foca nas escolas, mirando as gerações

mais jovens com a criação de ferramentas educacionais que trazem exercícios e guias para professores.

4 pilar:

Foca na esfera pública. A empresa quer engajar agentes políticos para assegurar que estruturas regulatórias adequadas sejam adotadas para reduzir o desperdício permitindo mudanças de modo a tornar a cadeia mais sustentável.



O APLICATIVO TOO GOOD TO GO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

Após o download do aplicativo, os usuários têm acesso a um conjunto de refeições e alimentos disponíveis nas proximidades. Eles podem tanto visualizar opções próximas ou buscar por alimentos específicos com diferentes opções, como tempo de coleta, localização ou tipo de comida, como vegan ou vegetariana. Com suas opções selecionadas, os usuários recebem um recibo que deverá ser apresentado na loja para poder receber a sacola de alimentos. Geralmente os consumidores terão acesso a “bolsas mágicas” com preços de 3 a 5 euros que originalmente valeriam 10 a 15 euros, podendo então comprar alimentos que valem 3 vezes o valor que estão pagando.

O aplicativo está disponível para mais de 38.000 restaurantes, supermercados, hotéis, padarias e refeitórios em 14 países da Europa. Existem 2 formas para os negócios fazerem parte do sistema Too Good To Go. Na primeira, a empresa recebe mensalmente em torno de 3.000 pedidos espontâneos dos negócios.

Além disso, o Too Good To Go possui uma equipe dedicada à análise de mercado que identifica lojas que se beneficiariam ao juntar-se à plataforma e ajuda essas lojas a otimizar e evitar qualquer desperdício de alimentos.

Para esses negócios, a motivação para se juntarem a plataforma é diferente, indo de impactos ao meio ambiente por conta de desperdício alimentar a otimização dos custos de funcionamento até orientações de responsabilidade social corporativa.

Os negócios estimam o excedente de alimentos que estará disponível de acordo com seu planejamento, pois as ofertas são feitas no dia anterior. Quando as lojas vendem todas as suas refeições e ficam sem excedente, o pedido do cliente é cancelado e ele é reembolsado. Com relação a outros tipos de resíduos, como embalagens utilizadas para os alimentos, a empresa incentiva seus parceiros a permitirem que os consumidores levem seus próprios recipientes, sempre que possível. No aplicativo, os consumidores podem facilmente acessar informações, loja a loja, sobre se eles podem ou não fazer isso. Para algumas lojas, isso não é possível, pois os alimentos têm que ser embalados anteriormente – no caso da maioria dos supermercados – ou por causa de regulamentos nacionais ou locais que não permitem. Nesses casos, a Too Good To Go oferece à loja embalagens feitas de FSC³ e/ou papel kraft.

Todos os negócios que se juntam à plataforma ficam em comunicação direta com a equipe da Too Good To Go e se beneficiam de uma sessão de ambientação com a equipe da empresa. Para manter a qualidade

dos alimentos e a experiência no aplicativo, a Too Good To Go também trabalha com parceiros quem receberam avaliações abaixo das expectativas para melhorar as experiências para ambas as partes.

Além disso, o aplicativo está em constante evolução e recebendo mais funcionalidades, como opções vegetarianas ou a possibilidade de marcar suas lojas favoritas.

3. Padrões da Forest Stewardship Council



QUAIS SÃO OS RESULTADOS ATÉ AGORA?

O pressuposto por detrás da Too Good To Go é que há uma forma de tornar um problema ambiental, como o desperdício alimentar, em uma solução ganha-ganha para todos, gerando empregos, receita, reduzindo o desperdício de alimentos e diminuindo seus impactos no meio ambiente.

Isso é rentável para a empresa?

A Too Good To Go é uma empresa em forte crescimento. Seu alcance cresceu exponencialmente, enquanto que suas receitas aumentaram 200% ano a ano em 2019 comparado a 2018, alcançando aproximadamente 38.000

parceiros e mais de 18 milhões de usuários. A empresa obteve lucro bruto e lucro operacional positivos em mercados mais maduros. Em 2019, a empresa espera obter um lucro líquido negativo dado seu planejamento de reinvestimentos e entrada em novos países.

É vantajoso para geração de empregos?

No final de 2019, a empresa tinha 500 funcionários em toda a Europa. No final de 2018, a Too Good To Go tinha 200 funcionários, indicando um aumento do número de funcionários de 150%.

É vantajoso para o meio ambiente?

Após 3 anos e meio, a Too Good

To Go salvou 29 milhões de refeições de irem para a lixeira, evitando a emissão de 66.000 toneladas de gases de efeito estufa ⁴.

I Em fevereiro de 2019, eles alcançaram a meta de 10 milhões de refeições salvas, um resultado bastante impressionante, mas em outubro de 2019, eles dobraram esse número, chegando a 20 milhões, o que mostra o quão rápido a empresa está crescendo.

4. 1 refeição equivale a 1 kg de alimento na média, o que corresponde a 2.5 kg de emissões de gases de efeito estufa.



O QUE VEM EM SEGUIDA?

O objetivo da empresa é continuar desenvolvendo o aplicativo e estender seu alcance para outros países. Além disso, a Too Good To Go também tem a ambição de lidar com o desperdício alimentar ao longo de toda a cadeia de suprimentos com o Movement Against Food Waste (Movimento Contra o Desperdício de Alimentos). Com isso, a empresa pretende abordar o desperdício de alimento com soluções sistêmicas e ao longo de toda a cadeia. O elemento chave no movimento é a advocacy que pretende modificar a estrutura regulatória para que medidas de prevenção de desperdício de alimentos a nível nacional e nos produtores de alimentos sejam tomadas.

A empresa já começou a trabalhar em nível nacional na Suíça, França, Alemanha e Dinamarca, onde campanhas e petições foram lançadas para modificar a etiqueta "consumir até" dos alimentos, um equívoco que contribui para 10% de todo o desperdício de alimentos na cadeia de

suprimentos⁵. A empresa também quer desenvolver uma estratégia de advocacy no nível Europeu.

INDO ALÉM

A Too Good To Go é um exemplo perfeito de uma solução inovadora com ganhos para todas as partes que está ajudando a resolver problemas ambientais. Entretanto, assim como o aplicativo, a Too Good To Go está trabalhando em outras soluções que podem mudar os sistemas que permitem que alimentos sejam desperdiçados.

Com o Movement Against Food Waste, a empresa deseja dentro da União Europeia possibilitar uma real sustentabilidade dentro do sistema alimentar.

A redistribuição de alimentos permite um impacto na redução do desperdício dentro uma estrutura estabelecida. No longo prazo, essa estrutura deve ser modificada em direção a uma política alimentar integrada que contenha medidas sustentáveis e justas para cada estágio da cadeia de suprimentos.

5. "Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention". European Commission, 2018.

Para mais informações, visite:
zerowasteurope.eu
toogoodtogo.org

Ou contacte:
hello@zerowasteurope.eu
press@toogoodtogo.com

Fontes
Too Good To Go

Crédito das fotos: toogoodtogo.org



Zero Waste Europe é a rede europeia de comunidades, líderes locais, empresas, especialistas e agentes de mudança que trabalham para a eliminação dos resíduos na nossa sociedade.

Nós empoderamos comunidades a redesenhar sua relação com recursos e a adotar estilos de vida mais inteligentes e padrões de consumo sustentáveis alinhados com a economia circular.

Case study by Pierre Condamine

Editors: Jamael Kudratt, Agnese Marcon and Jack McQuibban

Visual design by Petra Jääskeläinen & Rossella Recupero

Translation by Juliana Mesquita

Zero Waste Europe 2020

Attribution-NonCommercial-ShareAlike

4.0 International



Zero Waste Europe agradece o apoio financeiro da União Europeia. A responsabilidade do conteúdo desse material é da Zero Waste Europe e não necessariamente reflete a opinião do financiador mencionado acima. O financiador não pode ser considerado responsável por qualquer uso que pode ser feito da informação contida nesse documento.

