

LIITE 5

Dodo ry: Kaikki käyttöön -hanke

Tiivistelmä

Kaikki Käyttöön - Uutta ajattelua ruokahävikin ehkäisyyn -hankkeen tavoitteena on luoda ruokahävikin vähentämisestä ilmiö ja puheenaihe, joka tavoittaa uusia kohderyhmiä. Tärkein kohderyhmä on nuoret aikuiset (18-29 v.), jolle on ominaista kokemuksien ja mielipiteiden jakaminen sosiaalisessa mediassa.

Hankkeessa järjestetään vuosina 2021 ja 2022 peräkkäisinä viikonloppuina tapahtumakiertueet Helsingissä, Tampereella, Turussa ja Oulussa. Tapahtumakiertueilla nostetaan esiin reurssitehokkaita ja hävikkiruuan torjumiseen liittyviä ratkaisuja kiinnostavissa tapahtumapaikoissa. Kiertueella siis vierailaan erilaisissa ruoka-alan yrityksissä sekä yhteisöllisissä keittiöissä ja jopa yksityisissä kotikeittiöissä, joissa on esimerkiksi kiinnostavia tilaratkaisuja hävikin ehkäisemiseen liittyen.

Sosiaalinen media on keskeinen osa hankkeen viestintää, ja sisältöä esimerkiksi Instagramiin tuottavat myös tapahtumien osallistujat. Dodo tavoittaa nuoria, joille somesisällön tuotanto on luontevaa, ja kutsumme myös tunnetumpia somevaikuttajia sekä toimittajia tapahtumiin. Hankkeessa tuotetaan myös verkkoartikkeleita ja asiantuntijoiden haastatteluita valituista ratkaisuista ja ulkomaisista ilmiöistä.

Tapahtumakiertueilla on asiantuntija- ja tutkijapuheenvuoroja, mutta esille pääsevät myös esimerkiksi keittiömestarit sekä arkkitehdit. Haluamme käydä vuoropuhelua niiden kanssa, jotka vaikuttavat siihen, minkälaisia yhteisöllisiä ratkaisuja mahdollistavia tiloja rakennetaan esimerkiksi taloyhtiöihin. Tapahtumissa asiantuntijat ja nuoret pääsevät keskustelemaan luovista ruokahävikin vähentämiseen tähtäävistä ratkaisuista.

Toinen hankkeen kokeilu on toteuttaa hävikki-illallisia eri puolella Suomea: Tampereella, Turussa ja Oulussa. Dodo on testannut konseptia Helsingissä ja yhteisöllisen kokkaamisen avulla voidaan oppia siitä, miten hävikistä saa herkullista ruokaa. Iltaan kuuluu aina myös työpaja tai asiantuntijapuheenvuoro.

Hankkeen viestinnässä julkaistaan ja hyödynnetään kokeiluissa esiintuotuja ilmiöitä ja tietoa. Viestintä tavoittaa erityisesti nuoria, mutta myös kaikenikäisiä valtakunnallisesti. Hankkeessa mitataan sosiaalisen median seurannan tuloksia, tapahtumien kävijämääriä sekä verkkosivujen kävijämääriä. Hävikki-illallisista on tavoitteena saada pysyvää vapaaehtoistoimintaa eri kaupungeissa.