



ResQ:n ja K-ruokakauppojen yhteistyö tiivistyy – hävikkiruokasovelluksessa mukana jo yli 40 K-kauppaa

ResQ Club -hävikkiruokasovelluksen avulla K-ruokakaupat voivat myydä päiväysruokaansa kuluttajille. Toimintamalli pienentää kaupan hävikkiä ja samalla asiakkaat pääsevät ostamaan ruokaa alennettuun hintaan. Osassa sovelluksen käyttöönotettaneista K-ruokakaupoissa ruokahävikki on saatu vähennettyä noin kuudesosaan entisestä.

ResQ aloitti yhteistyön ensimmäisten K-ruokakauppojen kanssa toukokuussa. Syyskuussa ResQ Club -hävikkiruokasovellusta hyödyntää jo yli 40 K-ruokakauppaa ympäri Suomea. Kaupat kokoavat ruokakassiin viimeistä käyttöpäivää lähestyvät tuotteet, ja kassit myydään sovelluksen avulla asiakkaille alennettuun hintaan.

– Olimme jo pitkään halunneet laajentaa hävikkisovelluksen toimintaa ravintoloista ruokakauppojen suuntaan. K-kauppiat ovat itsenäisinä yrittäjinä pystyneet lähtemään ketterästi mukaan ja tulokset ovat olleet alusta asti hyviä, kertoo ResQ Clubin kehitysjohtaja **Antti Tuomola**.

– Alkuvaiheessa mukana oli vain pääkaupunkiseudun K-Marketeteja, mutta nyt toiminta on jo valtakunnallista ja mukaan on saatu isompiakin K-kauppoja. Ainakaan vielä emme ole löytäneet kauppaa, jossa tämä malli ei toimisi, jatkaa Tuomola.

K-ruokakaupan hävikki minimiin

K-ruokakauppias **Harri Mattinen** toimii Lappeenrannassa kolmen K-Marketin kauppiana. Mattinen aloitti ResQ Club -ruokakassien myynnin kaupoissaan toukokuussa.

– ResQ:n kautta myin kaupoissani elokuussa 452 ruokakassia ja ostoprosentti kasseissa oli noin 92 %. Sovellukseen laitettu elintarvike siis todella päätyi edelleen kuluttajalle. Kaupassa päivän hävikki on muuttunut kolmesta ostoskärrystä puolikkaaksi kärryksi, sanoo Mattinen.

– Asiakaspalaute on ollut todella hyvää ja kysyntä suurta. Tuotteet menevät kiirepäivinä jopa minuuteissa kaupaksi. Yhtenä suurena kohderyhmänä ovat vähävaraiset lapsiperheet, joten on hienoa että pääsen auttamaan heitä myös suoraan näin konkreettisella tavalla, kertoo Mattinen.

– Sovellukseen ei laiteta syömäkelvotonta ruokaa myyntiin ja tässäkin myynnissä seuraamme tarkasti elintarvikelakia, summaa Mattinen.

K-ryhmä mukana Hävikkiviikossa

K-ryhmä on kuudetta kertaa mukana ensi viikolla vietettävässä Hävikkiviikossa. Ruokahävikki on merkittävä globaali ongelma, jonka vähentämiseksi K-ryhmä tekee aktiivisesti työtä. Kaikkiaan maailman ruoasta 25–30 % arvioidaan päätyvän roskiin. Kaupan osuus kokonaishävikistä on 18 % ja kotitalouksien 35 %.

K-ryhmän tavoite on minimoida omasta toiminnasta aiheutuva ruokahävikki ja hyödyntää väistämättä jäävä biojäte. Tehokkaimmin hävikkiä vähennetään ennaltaehkäisevin toimin. Tällaisia ovat esimerkiksi myyntiä ennustavien tilausjärjestelmien hyödyntäminen, tehokas logistiikka, henkilökunnan koulutus ja pakkausominaisuuksien optimointi. Näiden toimien jälkeen tuotteiden hintaa voidaan alentaa ja tuotteita voidaan lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Vasta tämän jälkeen elintarvikekelvoton biojäte voidaan hyödyntää energiantuotannossa.

Lista ResQ Clubissa mukana olevista K-ruokakaupoista: <https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/k-kaupassa/resq-apuna-vahentamassa-k-ruokakauppojen-havikkia>

Lue lisää K-ruokakauppojen ruokahävikin torjunnasta ja kotitalouksien hävikinhallintavinkeistä: <https://www.k-ruoka.fi/havikkiviikko>

Lisätietoja:

Viestintäpäällikkö Otto Heinonen, K-ryhmä, p. 050 566 2236

Kehitysjohtaja Antti Tuomola, ResQ Club, p. 09 42450702

K-kauppias Harri Mattinen, p. 040 558 3769

Vuonna 2015 perustettu ResQ Club on suomalainen kasvuyritys, jonka sovellus toimii Suomen 27 kaupungin lisäksi myös Ruotsissa ja Saksassa. Sovelluksella on kuukausittain 20 000 aktiivista käyttäjää ja sen kautta myydään 60 000 hävikkiruokannosta.

K-ruokakaupan asiakastyytyväisyydestä vastaavat K-ruokakauppiat, joiden kanssa Keskon päivittäistavarakauppa toimii ketjuliiketoimintamallilla. K-ruokakauppojen ketjuja ovat K-Citymarket, K-Supermarket, K-Market ja Neste K. K-ruokakaupat ovat alansa vastuullisimpia maailmassa. Lisäksi vahvuuksia ovat ylivoimaiset tuoreosastot, ammattitaitoinen palvelu, laajimmat valikoimat, suomalaiset tuotteet ja Pirkka.

K – jotta kaupassa olisi kiva käydä.