

Headline	AJINOMOTO (MALAYSIA) BERHAD, AIESEC		
MediaTitle	Harian Metro		
Date	30 Apr 2024	Color	Full Color
Section	Supplement	Circulation	112,705
Page No	C37	Readership	338,115
Language	Malay	ArticleSize	362 cm ²
Journalist	N/A	AdValue	RM 14,261
Frequency	Daily	PR Value	RM 42,782



AJINOMOTO (MALAYSIA) BERHAD, AIESEC

bekerjasama bagi meningkatkan kesedaran belia terhadap kesejahteraan dan pembaziran makanan



AJINOMOTO (Malaysia) Berhad (AMB) dan AIESEC di Johor Bahru telah bekerjasama bagi meningkatkan kesedaran belia terhadap kesejahteraan dan pembaziran makanan di Malaysia seiring dengan inisiatif AMB yang dikenali sebagai "TOO GOOD TO WASTE" (TGTW). TGTW ini bertujuan membantu masyarakat menyedari nilai potensi dalam setiap perkara dan berfikir dahulu sebelum melakukan pembaziran.

Menurut SWCorp, rakyat Malaysia membuang 38,219 tan makanan setiap hari, dengan 4,081 tan adalah boleh dielakkan. Walaupun kebimbangan terhadap sisa plastik meningkat namun ia hanya 14 peratus terbentuk di tapak pelupusan sampah berbanding sisa makanan yang menyumbang sehingga 49 peratus.



Menerusi kerjasama ini, beberapa aktiviti yang memberi impak telah dilaksanakan antaranya bengkel di sekolah, pengumpulan sisa makanan, proses pengkomposan yang berlangsung pada 15 dan 16 Mac lalu di Johor bahru.

Bengkel ini telah dijalankan di UTM, Skudai, Johor, melibatkan pelajar dari Persatuan Kebajikan dan Anak Yatim yang bertujuan memberi pendedahan terhadap pengurusan pembaziran makanan, memupuk kesedaran menjadi pengguna bertanggungjawab dan mempromosikan kesejahteraan dalam kalangan belia.

Sementara itu, aktiviti pengumpulan sisa makanan dan pengkomposan telah diadakan di Ladang Pengomposan Sutera Good Earth di Skudai, Johor yang bertujuan untuk mengumpul

30kg sisa makanan dan memulihkan 3kg kompos makanan. Bagaimanapun, hasil dedikasi dan semangat peserta, mereka berjaya mengumpul melebihi jangkaan dengan jumlah keseluruhan sebanyak 60kg sisa makanan.

Projek dengan slogan "We Know, We Care, We Do, We Influence" ini, mencerminkan komitmen dalam meningkatkan kesedaran dan tanggungjawab terhadap isu pembaziran makanan dalam kalangan belia.

Pada masa sama, kerjasama ini turut menunjukkan komitmen AMB dan AIESEC terhadap kelestarian alam sekitar dan kesejahteraan masyarakat. Bersama-sama, kita bersatu dalam memberikan impak yang bermakna kepada masyarakat dan menjadi pengguna bertanggungjawab.