



Voedselverspilling vermijden begint al in de winkel!

Het mag dan al een typisch fenomeen in onze consumptiemaatschappij zijn, toch roept de verspilling nog altijd in meer dan één opzicht vragen op. Op het vlak van het milieu heeft ze een grote impact in termen van productie van afvalstoffen en consumptie van grondstoffen, op het gezinsbudget heeft ze een invloed door de kostprijs van de weggegooiden producten, maar het ergste is toch nog altijd de ongelijkheid die eruit blijkt doordat de ene voedsel verspilt terwijl andere mensen niets of zeer weinig te eten hebben.

Verspilling is hoofdzakelijk een zaak van de gezinnen, maar het komt over de hele lengte van de productie- en distributieketen voor. De oorzaken ervan zijn van sociale, maar ook van commerciële aard.

Het Brusselse Observatorium van de Duurzame Consumptie, een partnerschap tussen het OIVO en Leefmilieu Brussel, heeft in de warenhuizen een onderzoek uitgevoerd om aan te tonen hoe de commerciële praktijken de verspilling door de gezinnen kunnen beïnvloeden.

WAT IS VOEDSELVERSPILLING?

Verspilling is voedselproducten weggooien die nog geconsumeerd hadden kunnen worden. Het gaat niet om afvalstoffen zoals eierschalen of sinaasappelschillen, maar wel degelijk om voedingsmiddelen, aangeroerd of niet, soms zelfs nog in hun oorspronkelijke (gesloten) verpakking.

We zien verspilling over de hele lengte van de productieketens, maar ze lijkt nog groter op het niveau van de eindconsument: in de gezinnen, de kantines, de restaurants...

Een studie¹ die in het Verenigd Koninkrijk uitgebracht werd, geeft aan dat...

- 30 à 40% van de oogsten elk jaar ongebruikt blijven omdat ze niet de (uiterlijke) kenmerken hebben die de sectoren van de verwerking of de distributie wensen te zien;
- ongeveer een derde van de voeding in de verwerking en de snelle restauratie verloren gaat;
- 500 miljoen ton voedsel per jaar onverkocht blijft in de supermarkten;
- de gezinnen, als laatste schakel in de keten, meer weggooien dan de verwerkers en supermarkten samen. Een Londenaar gooit gemiddeld 140kg voedingsproduct per jaar weg, vaak zelfs zonder dat het product uitgepakt werd.

In Brussel biedt een analyse van de vuilnisbak van gezinnen² de mogelijkheid om de hoeveelheden verspilde voeding te ramen op 15,2 kg/inwoner/jaar, wat neerkomt op 11,7% van de bruto hoeveelheid huishoudelijk afval. In de basisscholen loopt de verspilling op tot ongeveer 6 kg/leerling/jaar.

VERSPILLEN IS DUUR EN VERVUILEND

Aan de verspilling hangt een economisch, een sociaal en een milieukostenplaatje.

De meest zichtbare milieu-impact is die welke uitgedrukt wordt in hoeveelheid afvalstoffen: de voedselverspilling doet de fractie composteerbaar huishoudafval sterk toenemen.

Ter herinnering: in het Brusselse Gewest maakt het organische keukenafval bijna 20% uit van de bruto hoeveelheid huishoudelijk afval³.

Maar de impact op de afvalhoeveelheid is bijlange niet het enige milieueffect. De productie, de omwerking, de verpakking en het transport van de voedingsmiddelen verbruiken natuurlijke hulpbronnen en energie, produceren CO₂-uitstoot en andere vervuilende emissies.

De Europese Commissie schat dat de voeding 30% van de milieueffecten veroorzaakt die aan elke burger toegeschreven kunnen worden⁴. Evenzo wordt ongeveer 20% van de klimaatverandering toegeschreven aan de productie, de omwerking en de opslag van de voedingsproducten.

Voeding weggooien die nog geconsumeerd had kunnen worden, kost de gezinnen veel geld. Op basis van de jaaruitgaven van een gezin komt die verspilling neer op ongeveer 175 euro die rechtstreeks in de vuilnisbak gegooid wordt.

Volgens de FEVIA zou de Belgische voedselconsumptie 9 miljoen ton bedragen en een handelswaarde van 21.200 miljoen euro vertegenwoordigen. De voedselverspilling zou 660.000 ton bedragen en een verliespost van 1.400 miljoen euro vertegenwoordigen⁵.

WAAROM VERSPILLEN WIJ?

Er zijn velerlei oorzaken voor de voedselverspilling: verandering van de gezinsstructuur en -organisatie, van het leefritme, van de percepties die ontwikkeld werden ten overstaan van de voedingsmiddelen, verkeerde interpretatie van de verbruiksdata... Naast die sociologische oorzaken lijken bepaalde kenmerken van de markten en commerciële praktijken ook een invloed te hebben op de verspilling in hoofde van de gezinnen.

¹ WRAP, Campagne Love Food Hate Waste, www.lovefoodhatewaste.com, 2007.

² Enquête (analyse van vuilnisbak van gezinnen) uitgevoerd door het bureau RDC voor Leefmilieu Brussel in 2004.

³ November 2002, De gegevens van het BIM: «Het Brussels afval - gegevens voor het plan»

⁴ Dossier « Briser un cercle vicieux: réduire les déchets » in La Revue Durable n°22, Oktober-November 2006.

⁵ WRAP Campagne Love Food Hate Waste, www.lovefoodhatewaste.com 2007.

DE ENQUÊTE VAN HET BRUSSELSE OBSERVATORIUM VAN DE DUURZAME CONSUMPTIE

Welke commerciële praktijken leiden tot meer verspilling? Daar wilden wij graag het fijne van weten. Daarom hebben we enkele warenhuizen bezocht en zijn we daar op zoek gegaan naar de praktijken van producenten en distributeurs die een invloed zouden kunnen hebben op de verspilling door de gezinnen.

We kunnen al meteen zeggen dat het moeilijk is om commerciële praktijken te identificeren die de voedselverspilling duidelijk in de ene of andere richting beïnvloeden. Tal van commerciële praktijken moedigen de consument aan om te kopen, maar ze leiden niet direct tot verspilling. Toch is het vanzelfsprekend dat een aankoop die qua hoeveelheid en/of kwaliteit niet aan de behoeften van het gezin beantwoordt, gemakkelijker een element van voedselverspilling zal worden. Bovendien kunnen bepaalde praktijken de verspilling positief of negatief beïnvloeden naar gelang van de kenmerken van de gezinnen. Zo kunnen de grote verpakkingen een interessante besparing vertegenwoordigen voor de grote gezinnen, maar meer verspilling veroorzaken in een kleiner gezin.

Praktijken die aanmoedigen om te kopen

Alles in een winkel is doordacht en zo uitgewerkt dat het aanmoedigt om te kopen (opstelling van de rekken, licht en muziek in de winkel, uitstalling van de producten, informatiepanelen, promoties, demonstraties, ...). De verpakkingen dienen om te verleiden en een aankoopreflex uit te lokken in enkele tienden van een seconde tijd. Dat nodigt allemaal uit tot kopen. Verspilling loert echter al om de hoek als de consument zich laat verleiden en impulsief dingen koopt in een hoeveelheid die zijn behoeften overstijgt of waarover hij zich later slecht zal voelen, waardoor hij ze maar half geconsumeerd weer weg zal gooien. Er zal nog des te meer verspilling zijn als de gekochte voedingsproducten niet goed bewaard kunnen worden. Als het voedingsmiddel goed bewaart, kan de aankoop van grotere hoeveelheden gerechtvaardigd worden op voorwaarde dat de voorraad in goede omstandigheden opgeslagen kan worden en binnen de voorgeschreven termijn geconsumeerd wordt. Iedereen heeft toch al wel eens een vergeten doos achterin een kast teruggevonden waarvan de inhoud uiteindelijk weggegooid moest worden?

Er bestaan diverse promotieformules: het aanbod van meerdere pakketten of van kortingsbonnen bij de aankoop van meerdere producten. Die praktijken moedigen het kopen aan dankzij de aantrekkelijkheid van de promotie. De consument heeft de indruk dat hij een goede zaak doet want hij betaalt minder per eenheid product.

De promoties kunnen gemakkelijker verspilling veroorzaken wanneer ze betrekking hebben op producten die gevoeliger zijn voor bederf (verse pasta's, vis, vlees, ...) of wanneer de voedingsmiddelen in promotie geleverd worden in hoeveelheden die groter zijn dan de hoeveelheid die binnen de op het etiket voorgeschreven termijn geconsumeerd kan worden.

Commerciële praktijken die de bewaartijd van de voedingsmiddelen bij de consument thuis beperken

Snelle verkoop

De producten waarvan de uiterste verbruiksdatum er aankomt, worden in snelle verkoop aangeboden. Het aanbod is verleidelijk want er wordt altijd een prijsvermindering toegepast. De distributeur heeft er alle belang bij om die producten alsnog verkocht te krijgen want na de uiterste verbruiksdatum is het voor hem verboden om die meest bederfbare voedingsproducten nog te verkopen of zelfs om ze weg te geven. De producten die zo in «snelle verkoop» gekocht worden, moeten ook snel geconsumeerd worden. Als onvoorziene omstandigheden de planning van de gezinsmaaltijden in de war sturen, zal er gemakkelijker verspilling ontstaan. Normaal is het in het geval van een snelle verkoop zo dat de consument duidelijk gewaarschuwd wordt dat hij het product snel moet consumeren... op voorwaarde dat er effectief en goed zichtbaar «snelle verkoop» op vermeld staat, wat niet altijd het geval is!

Slechte bewaring van voedingsproducten in de winkel of in de productie-/distributieketen

Dit brengt de latere bewaring van het product in gevaar. Dat is bijvoorbeeld het geval bij de bewaring van eieren in de koelkast, een sterk af te raden praktijk omdat de eieren tussen de winkel en de koelkast thuis opwarmen en er zich condens op de schaal vormt, waarna die vochtigheid de schaal voor micro-organismen doordringbaar maakt. Dat is ook het geval wanneer de koudeketen verbroken wordt, waardoor de gekoelde of diepgevroren voedingsmiddelen opwarmen, of nog wanneer een vacuüm verpakking beschadigd is.

Vervallen voedingsproducten

De verstrooide consument koopt die producten zonder kennis te nemen van de gegevens die op het etiket staan en ontdekt thuis pas dat ze «vervallen» zijn. Het komt ook - zij het zelden - voor dat een product in een doorzichtige verpakking vervallen is zonder dat de uiterste verbruiksdatum al bereikt is (bijvoorbeeld met producten waarvan de verpakking licht beschadigd is geraakt). Die voedingsproducten worden onmiddellijk in de vuilnisbak gegooid zonder dat ze geconsumeerd werden.

Aanwezigheid/afwezigheid van tips om verspilling te vermijden

Verkoopplaatsen zijn de ontmoetingsplaatsen van de producten en hun verbruikers; ze zijn perfect geschikt voor sensibilisatie- en informatieacties over voedselverspilling. Zo zouden informatie om de verbruiksdata correct te interpreteren, hulpmiddelen om de keuzes naar de producten te richten die het best aan de behoeften beantwoorden, recepten om etensresten toch nog te gebruiken, tips voor een goede bewaring van de voedingsmiddelen nuttig in de

verkooppunten verstrekt kunnen worden. Wij hebben op het terrein geen praktijken in die richting gezien.

Praktijken die aanpassing van de gekochte hoeveelheden mogelijk maken

Er zijn ketens die zowel in de afdeling groenten en fruit, vlees, charcuterie, kaas of vis aan de consumenten de mogelijkheid bieden om juist de nodige hoeveelheid te kopen door te werken met verkoop zonder verpakking, al dan niet in zelfbediening, of met verkoop met versnijding ter plaatse.

Dat is interessant aangezien groenten en fruit tot de voedingsproducten behoren die het vaakst door gezinnen verspild worden. Het voordeel in verband met beperkte verspilling moet niettemin genuanceerd worden. De verspilling in de winkels kan immers juist groter zijn doordat de consumenten de producten moeten verhandelen en de beschadigde (onregelmatige) groenten en fruit laten liggen. Sommige verkopers en distributeurs voeren ook aan dat de verpakte groenten en fruit (bijvoorbeeld een komkommer in plasticfolie) langer zouden bewaren.

In de slagerijafdeling kan het vlees, naar gelang van de winkel, met versnijding ter plaatse of voorverpakt geleverd worden.

Bij versnijding ter plaatse wordt de gewenste hoeveelheid voor de ogen van de consument afgesneden, gewogen en verpakt. Die formule biedt de mogelijkheid om de hoeveelheden aan te passen, maar heeft als nadeel dat er geen etikettering (en dus geen opgegeven uiterste verbruiksdatum noch traceerbaarheid) is en dat er minder beschermingsgarantie en een kortere bewaartijd geldt.

Opmerking: wanneer het vlees voorverpakt verkocht wordt, komen de verpakte hoeveelheden over het algemeen overeen met onze hoge vleesconsumptiestandaard (met stukken van meer dan 75g).

Praktijken die de goede bewaring van de voedingsproducten tijdens het transport van de winkel naar huis en de goede bewaring thuis bevorderen

- De aanwezigheid van (gratis of te betalen) diepvriestassen in de buurt van de diepvriezers om te vermijden dat de producten ontdooien tijdens het transport van de winkel naar huis.
- De opstelling van de diepvriezers: bij voorkeur worden de diepvriesproducten gekocht op het einde van het winkeltraject om de tijd dat de producten niet in een diepvriezer zitten zo kort mogelijk te houden (idem voor alle verse producten in de koelkast, zoals vlees, fijne vleeswaren e.a.).
- De aanwezigheid van indicaties of tips om de bewaarvoorschriften van de producten te respecteren.

OOK DE PRODUCENTEN HEBBEN VERANTWOORDELIJKHEDEN

Het onderzoek op de verkoopplaatsen werd aangevuld met een enquête bij «bewuste» verbruikers om de oorzaken van voedselverspilling op te sporen die verband houden met de verpakkingen of andere kenmerken van het product, maar die niet in de verkooppunten vastgesteld konden worden.

Sommige verpakkingen kunnen moeilijk helemaal leeg gemaakt worden en worden weggegooid met een deel van de inhoud er nog in. Dat is onder andere het geval voor sommige sausflacons met een smalle hals, voor tubes (mayonaise, geconcentreerde melk), voor vette producten, voor stroperige producten (choco voor op de boterham).

Bepaalde producten zijn enkel in verpakkingen met een groot volume verkrijgbaar.

Sommige voedingsproducten zijn verpakt in formaten die niet met de behoeften overeenkomen: bijvoorbeeld in porties die te klein zijn voor twee personen, maar te groot voor één persoon, met als gevolg dat de consument er te veel van klaarmaakt en een deel weggooit.

Er zijn verpakkingen die slecht terug sluiten nadat ze opengemaakt werden, waardoor het product slecht bewaart.

Conclusies

De belangrijkste conclusie uit dit onderzoek is dat de commerciële praktijken niet uitnodigen tot verspillen, maar wel tot kopen. Er komt verspilling van zodra die aankopen in hoeveelheid en kwaliteit niet meer overeenstemmen met de behoeften van de gezinnen of met hun opslagcapaciteit om de voedingsproducten in goede omstandigheden te bewaren. Het is verleidelijk om de verantwoordelijkheid voor de verspilling op de schouders van de gezinnen te schuiven.

Wat echter duidelijk blijkt, is dat de distributeur een veel actievere rol zou kunnen spelen in de voorlichting van en de hulp aan de consumenten met het oog op het terugschroeven of wegwerken van de voedselverspilling. Toch biedt geen enkele van de ketens informatie van die strekking aan of gebeurt dat enkel op een gerichte manier bij bepaalde gelegenheden.

Tal van initiatieven zouden met de distributie uitgewerkt kunnen worden om de consument uit te nodigen om verantwoorde keuzes te maken die het risico voor verspillingen beperken. Enkele voorbeelden:

- een dialoog met de consumenten op gang brengen die niet meer alleen toegespitst is op de prijzen, maar ook op de andere kenmerken van de voedingsmiddelen: oorsprong, productiemethode, voedingswaardekwaliteit enz.;
- een informatiesysteem ontwikkelen dat de consumenten in staat stelt om de verbruiksdata op de etiketten correct te interpreteren;
- gegevens verstrekken over de te kopen hoeveelheden in functie van de behoeften, over de optimale

bewaaromstandigheden tijdens het transport en de opslag thuis, over recepten om etenresten toch nog opnieuw te gebruiken, ...

Er moet ook een dialoog gevoerd worden met de producenten opdat die ook hun steentje zouden bijdragen aan de strijd tegen de verspilling uit hoofde van de gezinnen door enkel producten in de handel te brengen...

- waarvan het verpakkingontwerp een gemakkelijk gebruik en het volledig ledigen van het recipiënt mogelijk maakt;
- waarvan de verpakkingen een optimale bewaring mogelijk maken (en tegelijk de problemen van oververpakking minimaliseren);
- in hoeveelheden en formaten die met de behoeften van de consumenten overeenstemmen;
- waarvan het etiket duidelijk gegevens over de goede bewaaromstandigheden verstrekt.

Tips om aankopen met minder verspilling te doen

- Als dat voor u mogelijk is, ga dan meerdere malen per week winkelen. Zo kunt u gemakkelijker enkel de hoeveelheden kopen die u echt nodig hebt.
- Stel een boodschappenlijstje op vóór u naar de winkel gaat en houd u aan dat lijstje. Zo zult u niet in de valstrikken van de marketing trappen en aankopen vermijden waar u achteraf spijt van hebt.
- Er zijn mensen die zeggen dat de impulsieve voedselaankopen beperkt blijven wanneer mensen gaan winkelen nadat ze gegeten hebben: probeer het maar eens uit!
- Koop in functie van uw behoeften. Hebt u een groot gezin of verwacht u bezoek van vrienden of kennissen, kies dan voor de grote verpakkingen. In het tegenovergestelde geval, bijvoorbeeld als u alleen woont, kies dan voor kleinere verpakkingen.
- Het aanbod van producten met versnijding ter plaatse of onverpakt maakt het mogelijk om de gewenste hoeveelheden te kopen en verspilling te vermijden. Wanneer u in zelfbediening koopt, verhandel groenten en fruit dan heel voorzichtig zodat ze niet beschadigd geraken en weggegooid moeten worden.
- Laat u niet verleiden door de promotieaanbiedingen tenzij ze aan een echte behoefte beantwoorden en u de mogelijkheid hebt om de gekochte hoeveelheden in goede omstandigheden te bewaren.
- Neem uw tijd om de etiketten te lezen, controleer de uiterste verbruiksdatum en maak uw keuzes in functie van het moment waarop u voorziet het voedingsproduct te zullen consumeren. Een product waarvan de verbruiksdatum al voorbij is, mag enkel niet meer geconsumeerd worden als het behoort tot de zeer bederfbare producten (zoals vlees en vleesproducten, vis en visproducten, patisserie...).
- Als u voedingsproducten in snelle verkoop koopt, moet u er wel zeker van zijn dat u ze zeer snel zult kunnen consumeren.
- Controleer of de verpakking nog intact is en geen schade of gebreken vertoont. Kies voor de verpakkingen die helemaal leeggemaakt kunnen worden. Dat brengt ons bij nog een milieuvriendelijke gewoonte die u kunt aannemen: vermijd producten met te veel verpakking en met verpakking die niet recyclebaar is.
- Koop de diepgevroren producten als laatste en stop ze in een isothermverpakking. Zorg ervoor dat ze zo snel mogelijk na de aankoop in uw eigen diepvriezer liggen. U moet er vooral op letten dat de koudeketen niet onderbroken wordt, anders warmen de producten op en bederven ze. Weet ook dat het bewaren van diepvriesproducten thuis veel energie verbruikt.
- Aarzel niet om uw distributeur erop aan te spreken als u in de verkooppunten commerciële praktijken ziet die de verspilling aanmoedigen. En meld die gevallen ook aan ons!

Het Brusselse Observatorium van de Duurzame Consumptie is een partnerschap tussen het OIVO en Leefmilieu Brussel.

Voor meer informatie: contacteer Caroline Descartes - [obcd\(at\)oivo.be](mailto:obcd(at)oivo.be)



Met de steun van de minister van Leefmilieu en Energie van het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest