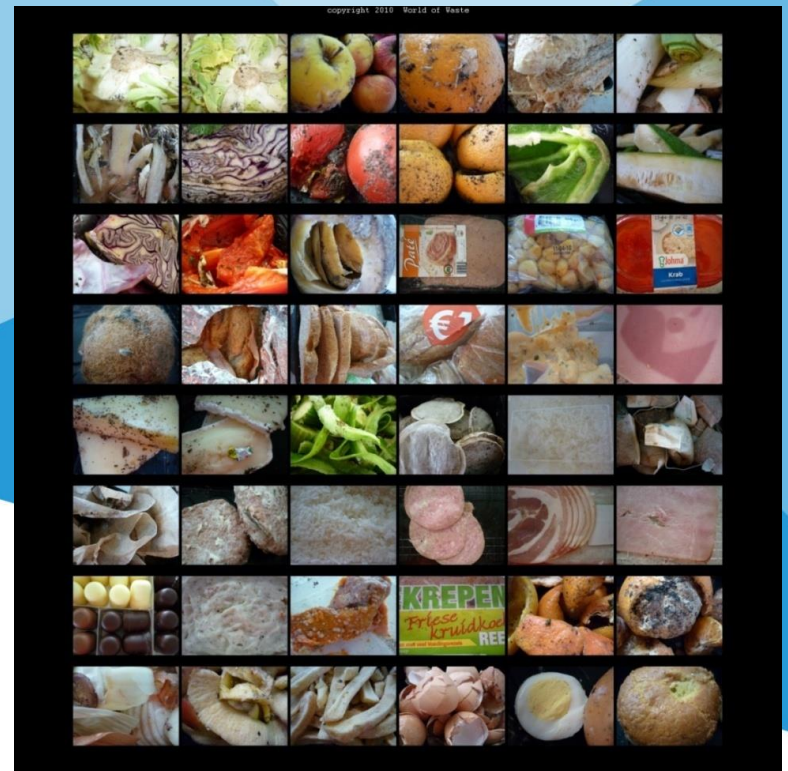

VOEDSELVERLIEZEN BIJ HUISHOUDENS

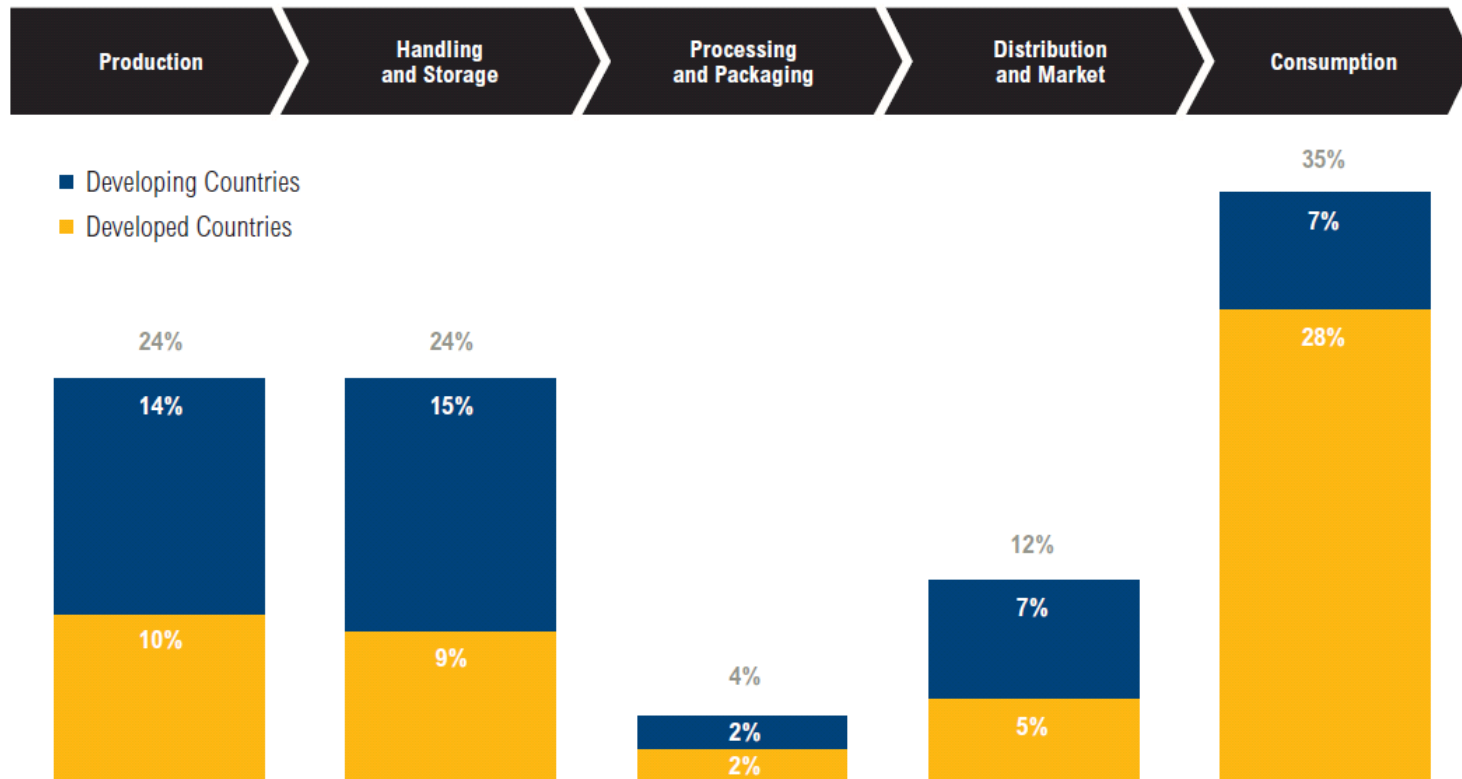
Marcel van Westerhoven
Senior consultant afvalmanagement

Inspiratiedag Food 31 maart 2014
'Wat beweegt de voedselconsument'



Plaats in de keten

Figure 5 | Share of Total Food Loss and Waste by Stage in the Value Chain, 2009
(100% = 1.5 quadrillion kcal)



Note: Number may not sum to 100 due to rounding.

Source: WRI analysis based on FAO. 2011. *Global food losses and food waste—extent, causes and prevention*. Rome: UN FAO.

Consumptie: 52%

- huishoudens: 35%

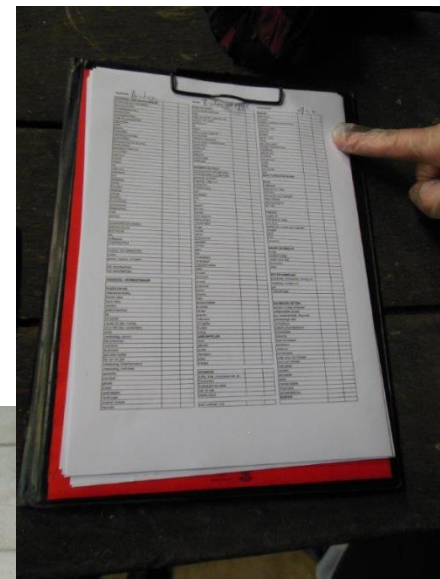
- out-of-home: 17%

Voedselverliezen bij huishoudens

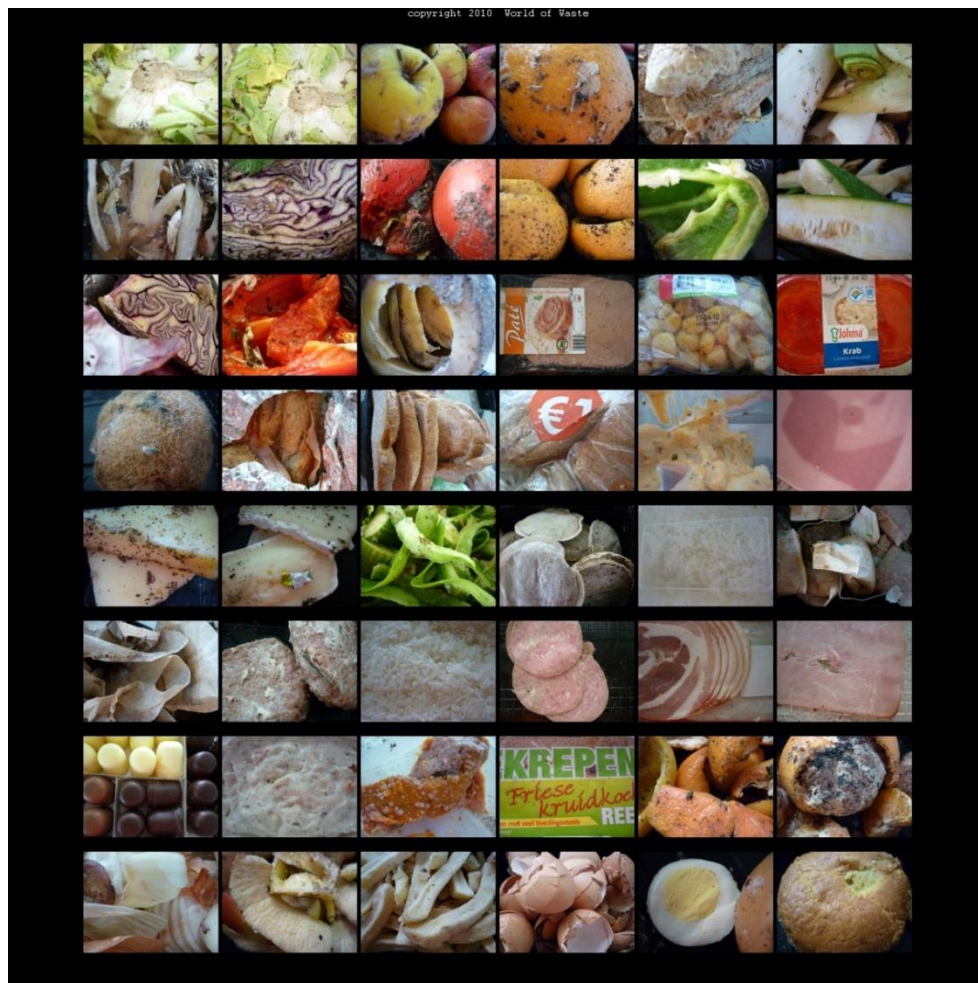
ONDERZOEK CREM NAAR VOEDSEL- VERLIEZEN: CONSUMENT

- Omvang
- Samenstelling
- Redenen van voedselverliezen
- Voor het eerst in 2010, herhaald in 2013
- Doelstelling Nederland: 20% minder in 2015

SORTEERANALYSES



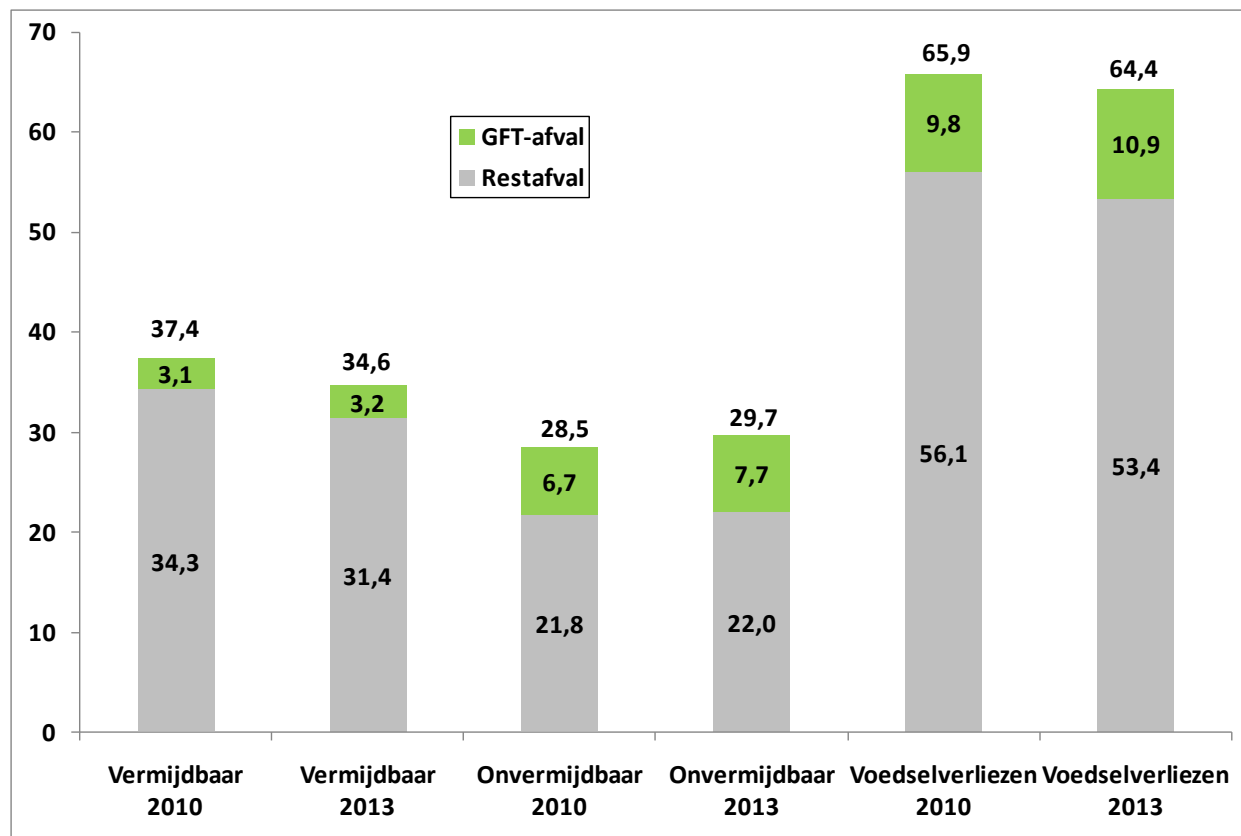
SORTEERANALYSES



OMVANG

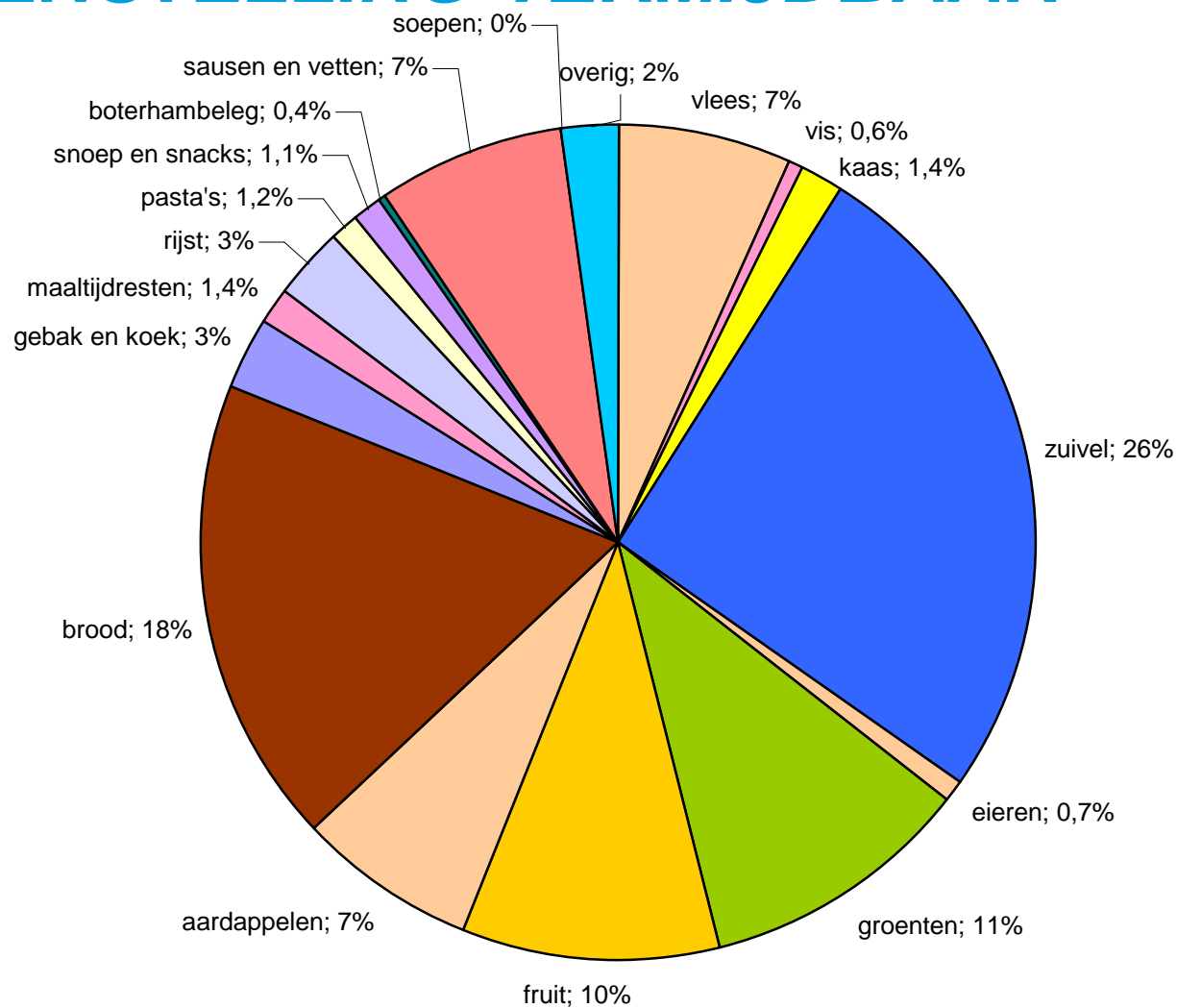
- Restafval: 15% bestaat uit verspild voedsel
- Gft: 4% bestaat uit verspild voedsel
- 2010 vs. 2013: precies gelijk

OMVANG (IN KG/INW/JR)

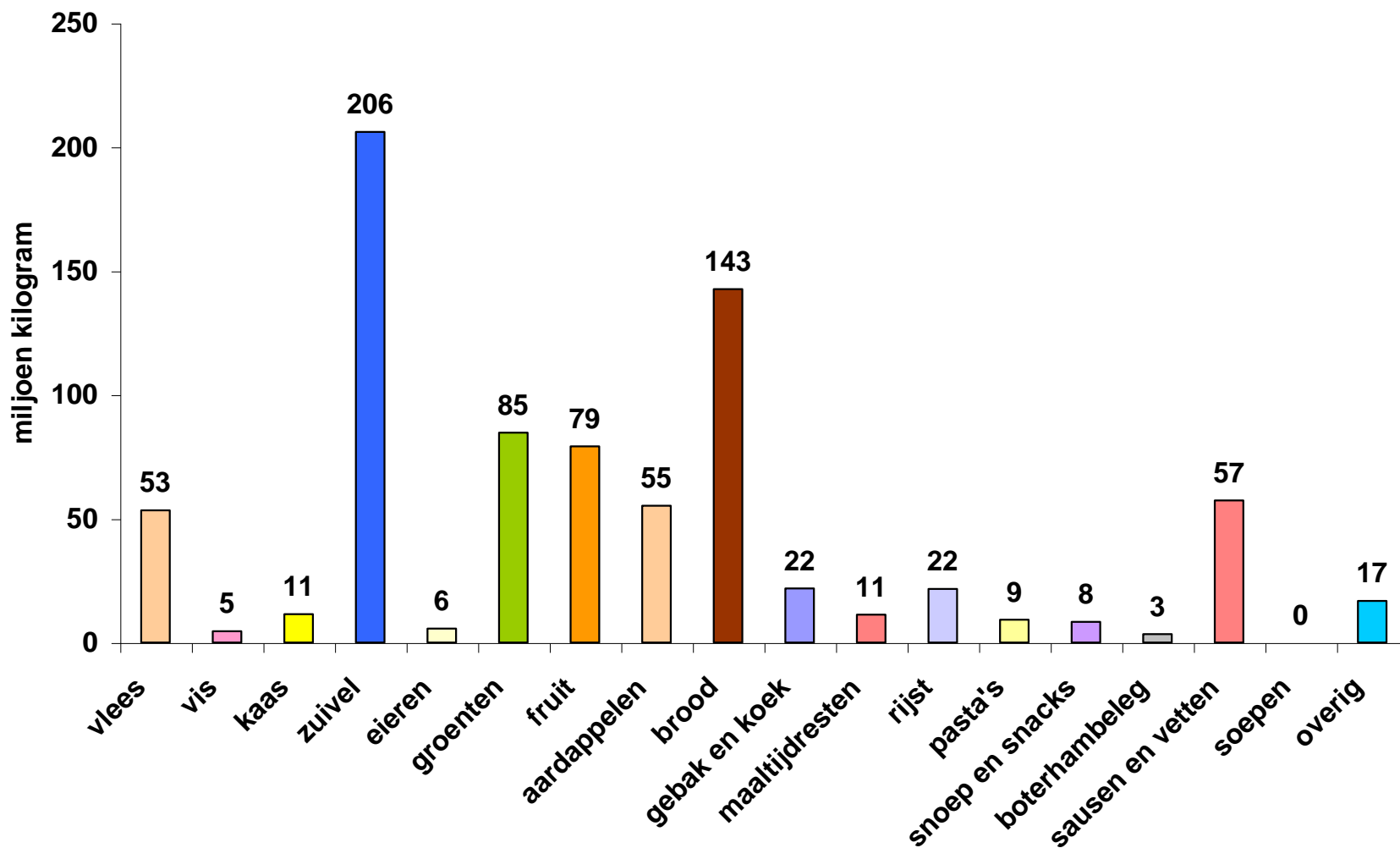


Bereid: 9 kg (27%)
Verpakt: 5 kg (15%)

SAMENSTELLING VERMIJDBAAR



SAMENSTELLING VERMIJDBAAR

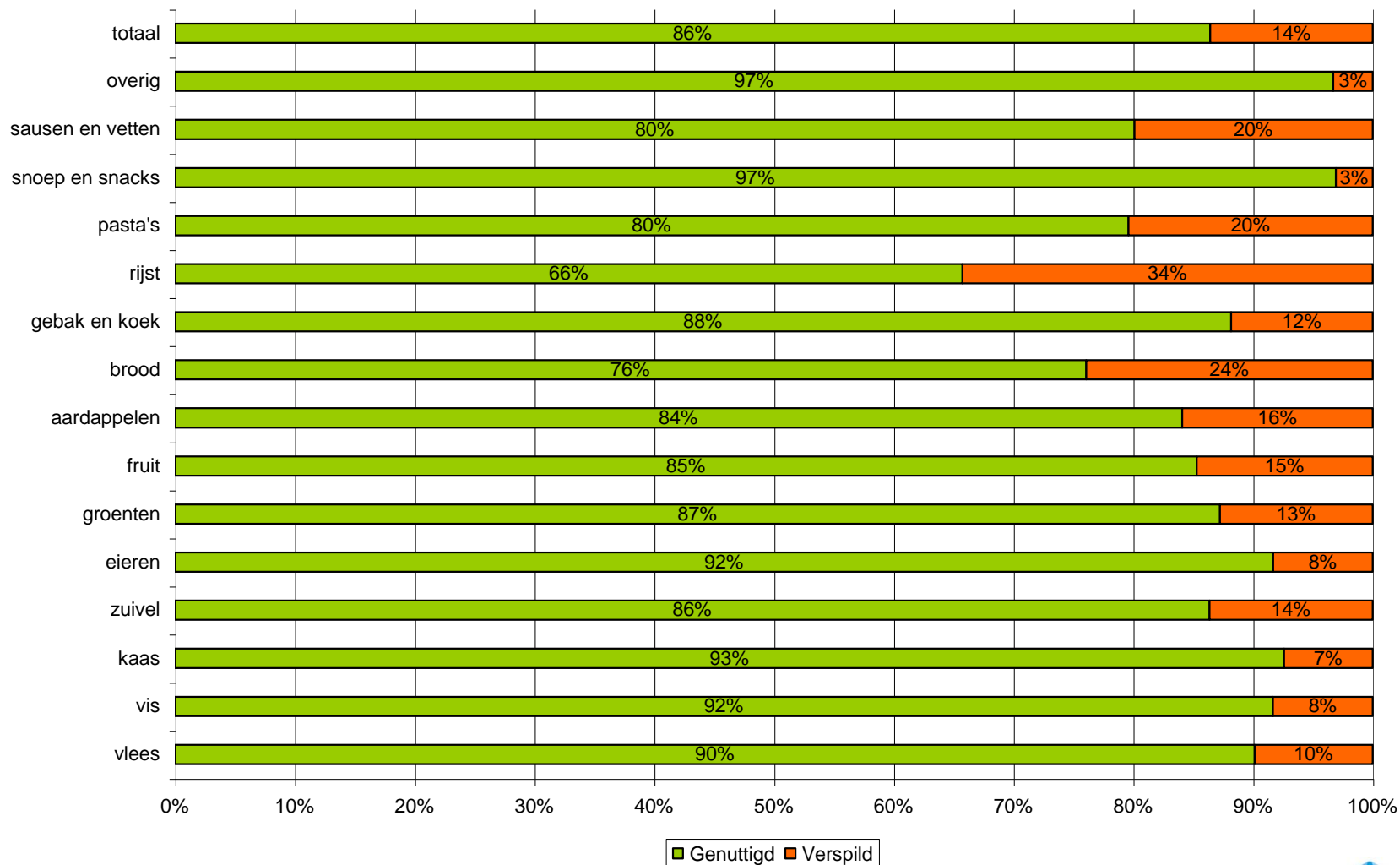


VERLIEZEN T.O.V. INKOOP

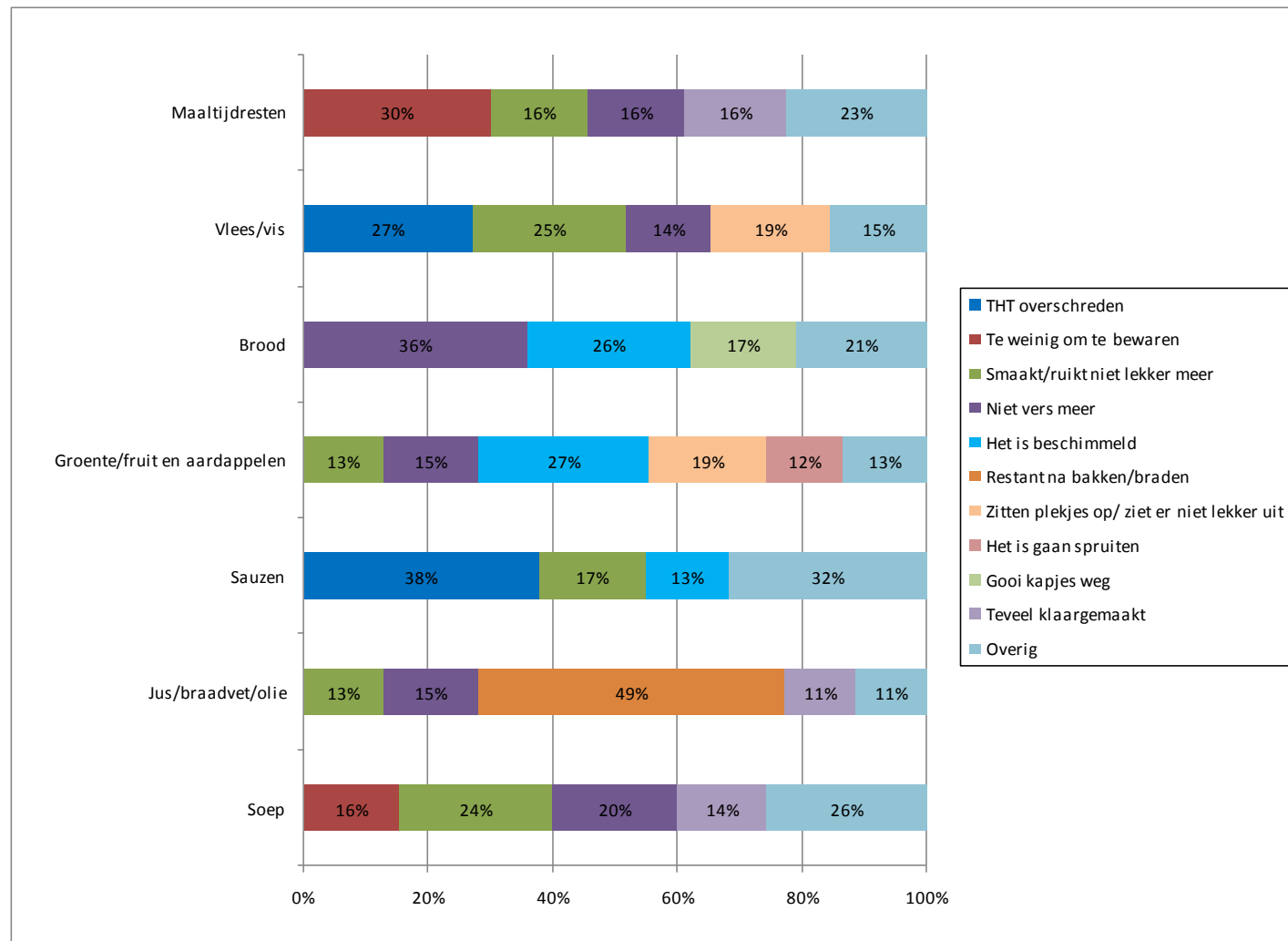
Vast voedsel

- Inkoop: 368 kg/inwoner/jaar (GfK)
- Verliezen: 66 kg/inw/jaar
 - Onvermijdbaar: 19 kg/inw/jaar
 - Vermijdbaar: 47 kg/inw/jaar
 - via restafval en gft: 32 kg
 - via alternatieve routes: 15 kg
- Eetbaar: $368 - 19 = 349$ kg
- Verspilling in 2013: 14% ($= 47/349$)
- Verspilling in 2010: 14% ($= 48/354$)

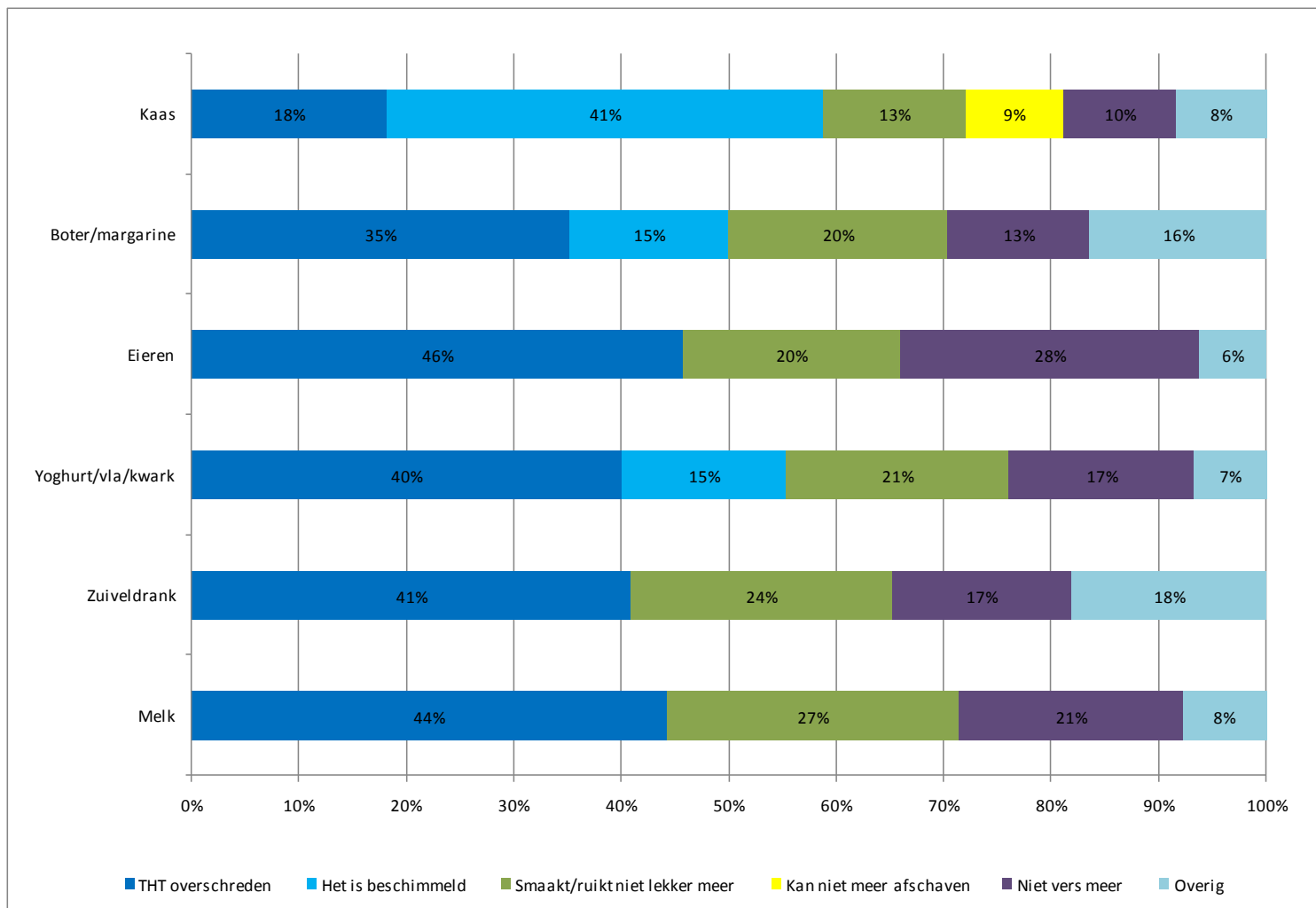
VERSPILLING T.O.V. EETBAAR



REDEKENEN VERSPILLING



REDENEN VERSPILLING ZUIVEL+



GEDRAG

- 80% zegt zijn best te doen zo min mogelijk weg te gooien
- 48% gebruikt boodschappenlijstje altijd of meestal
- 48% gooit eten en drinken over houdbaarheidsdatum altijd direct weg (56 kg vs. 31 kg)
- 44% weegt af bij bereiding eten
- 48% heeft liever te veel dan te weinig eten in huis
- 23% koopt vaak te veel eten

HOUDING NA ENQUÊTE

- 22% vindt dat ze meer weggooien dan ze dachten
- 45% gaat meer letten op het voorkomen van verspilling

GFK-ONDERZOEK

Nieuwe inzichten voedselverspilling bij consument: er is nog veel te winnen

Consument wil wel, maar gedrag blijft achter

Het bewustzijn t.a.v. de eigen voedselverspilling is toegenomen, maar dit heeft nog niet de gewenste gedragsverandering teweeg gebracht

AANGRIJPINGSPUNTEN

Veel effect:

- Houdbaarheidsdata: ander beleid, presentatie, voorlichting

Gemiddeld effect:

- Stimulering gebruik boodschappenlijstje
- Bewust maken

Beperkt effect:

- Afwegen ingrediënten (wel aanzienlijk effect bij rijst en pasta's)
- Kopen op maat

Bedankt voor uw aandacht

www.crem.nl



***WORKING ON
SUSTAINABILITY***