

# Voedselverliezen Groot-Brittannië

Gespreksverslagen WRAP en DEFRA

Auteurs

Ir. S.M. Pegge

Ir. A.J.M. Timmermans (contactpersoon)

Rapport nr. 740

## Colofon

Titel	Voedselverliezen Groot-Brittannië – gespreksverslagen WRAP en DEFRA
Auteur(s)	S.M. Pegge, A.J.M. Timmermans
AFSG nummer	740
ISBN-nummer	13 9789085851301
Publicatiedatum	Januari 2007
Vertrouwelijk	Nee
OPD-code	Rapportage voor LNV binnen BO-03, Economisch perspectiefvolle agroketen
Goedgekeurd door	Toine Timmermans

Agrotechnology and Food Sciences Group  
P.O. Box 17  
NL-6700 AA Wageningen  
Tel: +31 (0)317 475 024  
E-mail: [info.afsg@wur.nl](mailto:info.afsg@wur.nl)  
Internet: [www.afsg.wur.nl](http://www.afsg.wur.nl)

© Agrotechnology and Food Sciences Group

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, hetzij mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. De uitgever aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten of onvolkomenheden.

*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system of any nature, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the publisher. The publisher does not accept any liability for inaccuracies in this report.*



Het kwaliteitsmanagementsysteem van Agrotechnology and Food Sciences Group is gecertificeerd door SGS International Certification Services EESV op basis van ISO 9001:2000.

## **Inhoudsopgave**

<b>1 Inleiding</b>	<b>4</b>
1.1 Aanleiding	4
1.2 Doelstelling	4
<b>2 Waste and Resources Action Programme (WRAP)</b>	<b>5</b>
2.1 Organisatie	5
2.2 Aanpak	5
2.3 Doelstellingen	6
2.4 Resultaten	8
<b>3 Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)</b>	<b>10</b>
3.1 Organisatie	10
3.2 Reden voor voedselverliezen	10
3.3 Beleid ten aanzien van voedselverliezen	10
<b>4 Conclusie en aanbevelingen</b>	<b>12</b>
<b>Literatuur</b>	<b>14</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

In de Nederlandse versketens van productie tot en met retail en out-of-home gaat jaarlijks voor 2 miljard euro van de totale toegevoegde waarde aan voedsel verloren. Daarnaast gooien huishoudens ook nog een 1,6 miljard euro (verkoopwaarde) aan vers voedsel weg. Mede naar aanleiding van onderzoek van Agrotechnology & Food Sciences Group van Wageningen Universiteit en Researchcentrum en de start van het open innovatienetwerk Fresh on Demand verkent het ministerie van LNV momenteel het onderwerp voedselverliezen en denkt na over mogelijke overheidsrollen. Het thema Voedselverliezen is op 16 juni 2006 besproken op het LNV Consumentenplatform. In het Consumentenplatform werd geconcludeerd dat hier sprake is van een 'diffuus' probleem, waar niet goed zicht op is. Het Consumentenplatform adviseerde om onderzoek te doen naar de plaatsen in de voedselproductieketen waar de meeste winst te behalen valt en van daaruit tot oplossingen te komen. Mocht de overheid voedselverliezen willen aanpakken dan is zij volgens het platform nadrukkelijk niet alleen verantwoordelijk. Dit is een gedeelde verantwoordelijkheid samen met de voedselproductieketen. Omdat er een sterke relatie ligt met beleidsthema's zoals duurzaamheid (energie, transportkilometers), afvalpreventie, verpakkingen en recycling, moet dit onderwerp in bredere context worden beschouwd.

Voedselverliezen is een fenomeen dat zich niet alleen voordoet in Nederland maar in alle westerse samenlevingen. In Groot-Brittannië is in 2000 een nationaal publiek-privaat samenwerking programma opgestart rond het thema *recycling*. Dit programma is in de afgelopen jaren verbreed met thema's zoals *resource efficiency*, *voorkomen voedselverliezen* en *public awareness*. Op het thema voedselverliezen is een *retail innovation program* gestart, wat als doelstellingen heeft voedselverliezen in de keten, inclusief de verliezen bij de consument, te verminderen. De not-for-profit organisatie WRAP (Waste and Resources Action Programme) is opgericht, met steun vanuit overheid, om dit programma uit te voeren.

## 1.2 Doelstelling

Binnen het Cluster Economisch Perspectiefvolle Agroketens - Thema Innovatie is een Kortlopende Kennisvraag gedefinieerd om in kaart te brengen hoe in de UK door de overheid met het thema Voedselverliezen wordt omgegaan. Op verzoek van het ministerie van LNV heeft Agrotechnology & Food Science Group in het kader van deze vraag interviews gehouden met vertegenwoordigers van het Waste and Resources Action Programme (WRAP) en de Britse overheid, het Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA). Doel van deze gesprekken is het in kaart brengen van de aanpak, doelstellingen en bereikte resultaten op het gebied van voedselverliezen in Groot-Brittannië. Verzoek is tevens op basis van deze bevindingen aanbevelingen te geven voor mogelijk LNV-beleid (aanpak, beleidsinstrumenten) en het geheel te rapporteren via een korte notitie.

## 2 Waste and Resources Action Programme (WRAP)

Datum: maandag 27 november

Plaats: Banbury (UK), office WRAP

Aanwezig: Marc Barthel (Special Advisor), Julia Felton (Project manager), Andrew Parry (Project manager), Julian Parfitt (Project manager)

### 2.1 Organisatie

WRAP is in 2000 met steun van de Britse overheid opgericht met als doel Groot-Brittannië te laten voldoen aan de *European Union Landfill Directive*. Hierin zijn voor alle EU lidstaten doelen gesteld ten aanzien van recycling en afvalverwerking. Voor Groot-Brittannië betekent dit dat in 2013 de hoeveelheid afval op vuilstortplaatsen met meer dan de helft moet zijn verminderd. WRAP werkt, samen met de lokale overheden, aan de vermindering van huishoudelijk-, straat-, tuin- en parkafval.

Een van de onderdelen van WRAP is het Retail Innovation Fund. Dit fonds is in 2004 opgericht mede naar aanleiding van de aanbevelingen in het overheidsdocument “Waste Not, Want Not” (november 2002). Het Retail Innovation Fund ondersteunt onderzoek en pilot programma’s met als doel verpakkingsafval en voedselverliezen in de retailsector te minimaliseren. Onderzoek van WRAP heeft aangetoond 50% van het totale huishoudelijke afval, dat eindigt op de vuilstort, voortkomt uit aankopen bij de top 5 retailers.



In het Business Plan 2004-2006 worden de doelstellingen tot 2006 als volgt verwoord:

*WRAP's waste minimisation priorities for the period to 2006 are:*

*...“through a major retailer initiative, to **challenge the major supermarket chains** to play their part in reducing the burden of household waste and to launch a waste minimisation innovation fund to provide resources to innovative ideas from the retail sector and others to minimise material and maximise recyclability in consumer products.”*

### 2.2 Aanpak

Het Retail Innovation Team is opzet rond een viertal thema's:

#### 1. Strategic Arrangements

Een belangrijk resultaat van het Retail Innovation Team is een in juli 2005 ondertekend convenant, genaamd het Courtauld Commitment, met de top dertien retailers die samen 92%

van de Britse markt bedienen. Deze bedrijven hebben zich gecommitteerd aan de volgende doelstellingen:

- *to design out packaging waste growth by 2008*
- *to deliver absolute reductions in packaging waste by March 2010*
- *to identify ways to tackle the problem of food waste*

Samen met de ondertekenaars van dit convenant wordt momenteel gewerkt aan een implementatieplan om de doelstellingen te bereiken. Daarbij wordt o.a. gewerkt aan het aanpassen van procedures binnen de retail, zoals communicatie met producenten tijdens acties, om zodoende verpakkingen en voedselverliezen te kunnen verminderen.

### 2. *Stimulating Innovation*

Het innovatiefonds probeert door financiële ondersteuning van fundamenteel en marktonderzoek de risico's die nieuwe ontwikkelingen met zich meenemen gedeeltelijk te dragen en zodoende innovatieprocessen binnen de retailsector te stimuleren en versnellen. Het innovatiefonds beschikt over een budget van 8 miljoen euro tot maart 2006, en verdere financiering tot april 2008 is gewaarborgd.

### 3. *Mainstreaming*

In dit thema staat 'massa maken' centraal, met andere woorden de opgedane kennis en expertise algemeen toepasbaar en toegankelijk maken voor een zo groot mogelijke doelgroep. Een voorbeeld binnen dit thema is de ontwikkeling van de "DHL packaging data store" waarin reeds bestaande verpakkingen zijn opgenomen. Voor verschillende productcategorieën is de zwaarste, het gemiddelde en de lichtste verpakking weergegeven. Categorie managers van retailers kunnen deze database raadplegen en in overleg met producenten de verpakking aanpassen.

### 4. *Monitoring the impact*

Dit thema houdt zich bezig met het monitoren van de effecten van de verschillende projecten. Er wordt vooral gelet op de plaats in de keten waar een besparing is gerealiseerd en hoeveel kilogram, ponden en koolstofdioxide uitstoot hiermee is bespaard. WRAP geeft aan dat dit een erg belangrijk maar lastig onderdeel is.

## **2.3 Doelstellingen**


Tot op heden heeft het Retail Innovation Team zich vooral bezig gehouden met projecten rondom het reduceren van verpakkingsmateriaal van een breed scala aan voedselproducten, van wijnflessen tot ketchupflacons. Naar de toekomst toe wil WRAP meer focus op voedselverliezen leggen. Het primaire doel voor WRAP is daarbij dat door het terugdringen van voedselverliezen, de hoeveelheid afval naar de vuilstort kan worden verminderd. Maar men geeft ook wel aan dat er het terugdringen van voedselverliezen ook een ethisch aspect in zich heeft en andere maatschappelijke doelen kan dienen.

In het tweede Business Plan van WRAP dat de periode 2006 tot en met 2008 bestrijkt is voedselverspilling als aparte strategie opgenomen. Consumentengedrag en samenwerking met de retailsector staat hierin centraal.

### A three pronged strategy:


**On packaging reduction, we will:**

- extend the scope of the Courtauld Commitment to include the grocery sector's major suppliers, home improvement chains and their internet businesses;
- stimulate innovation in packaging and product design by financing projects from our Innovation Fund. Innovation will include new technologies, lightweighting and the incorporation of recycled content; and
- use our strategic level of engagement with the retailers to mainstream waste minimisation in product and packaging design by encouraging replication of Innovation Fund projects and driving a move to Best in Class packaging for products with the largest impact on the household waste stream.



**For increased recycled content of packaging, we will:**

- use our relationships with the key players to encourage consideration of recycled content options during packaging reviews by retailers and suppliers;
- for target materials – especially recycled PET – develop and present the case for substituting recycled for virgin material;
- work with WRAP's manufacturing team to resolve any technical and supply issues relating to recycled materials; and
- increase the bulk importation of wine for bottling in the UK in lightweight bottles with a high recycled content.



**On cutting food waste, our plans integrate closely with work planned in our organics and local authority support programmes. We will:**

- address the way food is packaged and sold and the behaviour of consumers which leads to food waste.


The figures on food waste in the UK are striking: at least five million tonnes of food are discarded by UK households every year, with each person throwing away an average £424 worth of food. Tackling this will be one of the most challenging aspects of this Business Plan.

- **find out what we are throwing away and why.**

Preliminary research commissioned by WRAP from the IGD suggests that some aspects of the way food is packaged may be important, and work on flexibility in portion sizes, shelf life, integrity of seals and packaging and clarity of messaging on packaging could be helpful.

- **working closely with the retail sector, we will run a series of competitions through our Innovation Fund to identify projects aimed at packaging innovations which will address these and any other emerging issues.**

But how the food is presented to the consumer is only one part of the story. Our buying, cooking and eating habits are equally important. WRAP's preliminary research identified a whole range of issues, including unplanned shopping leading to impulse buying, forgetting what's already in the cupboard or the fridge and changes in family eating patterns. We need to undertake some carefully designed consumer research to identify appropriate and persuasive messages and to identify exactly what practical actions consumers should be taking to reduce food waste.



Bron: WRAP, Business Plan 2006-2008 p.13

### Consument

Het gedrag van de consument speelt in deze strategie een belangrijke rol. Naar inzicht in aankoopmotieven en het gedrag van de consument wordt veel onderzoek gedaan. Uit eigen onderzoek van WRAP is naar voren gekomen dat de consument het weggooien van verpakking als negatief voor het milieu ervaart maar het weggooien van voedsel minder.

Om de consument bewust te maken en te informeren over voedselverspilling lanceert WRAP in het voorjaar van 2007 een grootscheepse publieke campagne. In deze campagne werkt WRAP nauw samen met de organisatie 'women's institute', te vergelijken met de Nederlandse plattelandsvrouwen. Met de campagne hoopt WRAP een grote groep huisvrouwen te bereiken en een gedragsverandering teweeg te brengen.

#### *Retail*

Daarnaast is WRAP ook in gesprek met retailers om deze campagne ook in-store te kunnen voeren. De retailers die het Courtauld Commitment hebben ondertekend worden aangesproken op hun verantwoordelijkheid. Supermarkten kunnen volgens WRAP voedselverliezen terugdringen door in plaats van "buy one, get one free" acties een ander product naar keuze aan te bieden. Ook pleit WRAP voor meer transparantie en betere communicatie in de voedselketen waardoor onnodige voorraden en verliezen kunnen worden voorkomen.

## **2.4 Resultaten**

WRAP heeft op moment van schrijven nog geen concrete projecten lopen die specifiek op voedselverlies in de voedselketen zijn gericht. Wel zijn er binnen de organisatie als verschillende projectideeën:

- Samen met een aantal retailers te kijken of consumenten die via internet hun boodschappen doen ook geen maaltijdsuggesties gegeven kunnen worden. Tot nu toe is internet shopping nog erg ingrediënt gericht terwijl de verwachting is dat dit jaar 12% van de Britse consumenten via dit kanaal inkopen ten opzichte van 4-5%. Consumenten die via internet boodschappen doen kopen vaak ook alleen wat zij echt nodig hebben.
- Een ander idee is dat de consument bij de IKEA ingang een potlood met een papertje krijgt aangeboden om boodschappen te noteren, wellicht is dit ook iets voor de retail.

Daarnaast wil WRAP graag de volgende ervaringen delen:

- Onderschat de tijd en energie die het kost om een overeenkomst met belangrijke partners uit de industrie, als het Courtauld Commitment, op te zetten niet. Alleen een convenant levert niets op, maak daarom ook direct een concreet plan van aanpak met de bedrijven en spreek hen hierop aan.
- Onderschat de invloed van de consument niet en wees erop voorbereid dat consumentgedrag complex is. Het doorgronden kost veel tijd en energie.
- In de afgelopen weken is er in de Engelse pers negatieve publiciteit geweest met betrekking tot onderzoek waarin voedselverspilling centraal stond. Teksten als "*the Government spies your bin*" stonden in de kranten. Transparantie in onderzoek is erg belangrijk.
- WRAP is in Groot-Brittannië de eerste organisatie die het afval probleem op zo'n grote schaal aanpakt. WRAP merkt dat er ook binnen de overheid nog weinig ervaring is waardoor het lastig is om tijd, financiële middelen en resultaten van tevoren in te schatten



- DEFRA heeft met name korte termijn doelen, WRAP zou, naast de korte termijn doelen, ook graag meer op de langere termijn willen kijken.

Tot slot, WRAP is door de Britse overheid opgericht om aan de Europese regelgeving ten aanzien van *European Union Landfill Directive* te voldoen. De primaire drijfveer ligt op het gebied van afvalpreventie en daarop worden zij ook beoordeeld door DEFRA.. Het terugdringen van voedselverliezen speelt tot nu toe een relatief kleine rol. WRAP geeft aan dat ze zeer geïnteresseerd is in het onderwerp en naar de toekomst toe ook nadrukkelijk een rol omziet om voedselverliezen in de keten aan te pakken en het programma met hier verder mee te verbreden.

### 3 Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)

*Datum:* dinsdag 28 november

*Plaats:* London (UK), office DEFRA

*Aanwezig:* Andrew Dunn (Manager Food Industry Sustainability Strategy),  
Bobbie Warwick (Coordinator Food Industry Sustainability Strategy)

#### 3.1 Organisatie

DEFRA is het Britse overheidsorgaan dat verantwoordelijk is voor milieubeleid, voedselproductie en wetgeving, landbouw, visserij en plattelandsbeleid. DEFRA is in 2001 ontstaan uit een samenvoeging van het Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAFF) en het Departement of Environment, Transport and the Regions (DETR).

#### 3.2 Reden voor voedselverliezen

DEFRA is de afgelopen jaren erg gefocust op afvalpreventie en recycling van verpakkingen, maar zijn zich ook bewust van het maatschappelijke belang van voedselverliezen. DEFRA benoemt een aantal redenen waardoor voedselverliezen in Groot-Brittannië ontstaan:

- Consumenten zijn geneigd teveel voedsel te kopen, voedsel is vandaag de dag goedkoop
- Jonge consumenten hebben op school geen les meer gehad in 'home economics'. Zij weten niet hoe ze voedsel moeten bereiden en welke hoeveelheden ze moeten inkopen.
- Prijsbeleid van retailers 'buy one, get one free' stimuleert consumenten meer te kopen dan nodig.
- Onjuiste opslag van producten bij de consument thuis. De consument is onwetend ten opzichte van de 'used by' en 'use before' labels. Ook de koelkast temperatuur is vaak niet optimaal.
- Veel mensen eten buiten de deur, portiegroottes zijn niet altijd goed afgestemd op de consument.

Tot slot voegt DEFRA nog toe dat zij, samen met WRAP, zich tot nu toe vooral hebben geconcentreerd op de grocery retailers. Op dit moment zijn ze aan bekijken in hoeverre ze ook in gesprek kunnen komen de cateraars (restaurants, cafés, kantines). Deze markt is echter erg gefragmenteerd, er zijn veel kleine partijen die actief. Er wordt nog gezocht naar de juiste aanpak.

#### 3.3 Beleid ten aanzien van voedselverliezen

In 2002 heeft DEFRA het rapport Strategy for Sustainable Farming and Food (SSFF) uitgebracht en als aanvulling hierop is het rapport Food Industry Sustainability Strategy (FISS) geschreven. Vertegenwoordigers van de voedselindustrie, non-gouvernementele organisatie en brancheorganisatie hebben een bijdrage geleverd aan het FISS rapport. In dit rapport staat duurzaamheid in voedselketen van primaire sector tot retail centraal. Het beschrijft hoe de

voedingsindustrie een bijdrage kan leveren aan een duurzamere samenleving. Omgaan met waste, waaronder voedselverliezen, is één van de onderwerpen in dit rapport. Met betrekking tot dit thema heeft de Britse overheid de volgende actiepunten geformuleerd.

#### Action Point

The food industry needs to contribute to sustainable waste management through:

- continuing to play its full part in the domestic packaging regime;
- reducing the food manufacturing industry's own wastes by 15-20% by 2010;
- contributing constructively to Defra's and WRAP's work with retailers and the food industry in relation to consumer information and behaviour, supermarket recycling, and product and packaging design.

A process of discussion between Government and industry will be instituted to determine the most effective way to carry through these objectives, including the establishment of better base data. This will report by early 2007.

*Bron: DEFRA, Food Industry Sustainability Strategy (2006) p. 44*

Om draagvlak te creëren en implementatie van de actiepunten te stimuleren heeft DEFRA op verschillende beleidsterreinen zogenaamde Champions' Groups opgericht. In de *Champions' Group on Waste* zijn de voedingsindustrie, overheid, brancheorganisaties vertegenwoordigd, waaronder WRAP. De groep onderzoekt in een zestal bijeenkomsten hoe de voedingsindustrie de gestelde doelen kan halen en wat de motieven en barrières van bedrijven zijn om niet duurzaam te opereren. In mei 2007 zal er een rapport naar de ministers gaan, waarin zal worden gerapporteerd hoe de voedselindustrie in de toekomst duurzaamheid op de agenda wil zetten. DEFRA wil op dit moment nog geen tussentijdse resultaten naar buiten toe rapporteren.

Verder is het Britse overheidsbeleid, in samenwerking met WRAP, erg gericht op het lokale overheden. Zo worden lokale overheden bijvoorbeeld gestimuleerd om compostcontainers tegen een sterk gereduceerd tarief (4 i.p.v. 40 pond) aan hun burgers aan te bieden. De centrale overheid heeft de subsidie voor de containers verstrekt met als doel dat er minder afbreekbaar afval naar de vuilstort hoeft worden getransporteerd.

## 4 Conclusie en aanbevelingen

In Groot-Brittannië is het beleid om voedselverspilling tegen te gaan verbonden aan de opgelegde doelstellingen vanuit de *European Union Landfill Directive*. Afvalpreventie, met name door het terugdringen van de hoeveelheid verpakkingsmateriaal dat naar de vuilstort gaat, staat hierin centraal. Door het opnemen van voedselverliezen als aparte strategie in het Business Plan 2006-2008 van WRAP zijn de eerste stappen op het terrein van voedselverliezen gezet. Waarbij WRAP veel aandacht zal besteden aan bewustwording bij de consument. Naar de toekomst toe hoopt WRAP meer onderzoek op het gebied van voedselverliezen als breder maatschappelijk probleem te kunnen verrichten.

De Britse overheid heeft, naast financiële ondersteuning en nauwe samenwerking met WRAP, de actiepunten uit haar beleid zelf ten uitvoering gebracht door het door het opzetten van Champion Groups' rondom verschillende thema's. Op deze wijze hebben marktpartijen direct invloed op het beleid voor de toekomst en vergroot de overheid de betrokkenheid en haalbaarheid.

Er is in Nederland minder urgentie om extra maatregelen te nemen om aan Europese doelstellingen te voldoen op gebied van afvalpreventie dan in Groot-Brittannië. Daarnaast is in het huidige politieke klimaat het draagvlak om via een convenant met industriële partijen tot concrete afspraken te komen laag. In het kader van toenemende politieke en maatschappelijke aandacht voor milieu (energie, CO<sub>2</sub>-reductie, transportkilometers) en overige duurzaamheid aspecten (ethiek, moreel gedrag) is er wel momentum om dit issue op de beleidsagenda te houden. LNV heeft al uitgesproken dat het hierin vooral een faciliterende/agenderende rol wil spelen, met een primaire verantwoordelijkheid voor het bedrijfsleven. Omdat het om een omvangrijk economisch en maatschappelijk probleem is het mogelijk om het bedrijfsleven te mobiliseren. Via het LNV BO-programma "Voedselverliezen – beleidsadviezen t.b.v. duurzame ketenontwikkeling" dat in 2007 van start gaat wordt een platform gecreëerd met relevante stakeholders om te verkennen welke publiek-private samenwerkingsmodellen en concrete doelstellingen mogelijk zijn.

Wat betreft de inhoudelijke oplossingsrichtingen die in het WRAP-programma worden uitgewerkt is veel overeenstemming met gedachten die leven binnen de organisaties die binnen Nederland het probleem op de agenda hebben geplaatst. Er valt echter wel te constateren dat in de UK wat betreft inhoudelijke concretisering, uitwerking en uitrol rond specifiek de aanpak van voedselverliezen in samenwerking met bedrijfsleven niet verder is. WRAP heeft nog geen concrete projecten lopen. Dit komt vooral omdat voedselverliezen als aandachtspunt pas recent serieus op de agenda staat. Wel staat het thematische en financiële kader in de steigers via een viertal lijnen: strategisch commitment met de industrie, een innovatiefonds, een kennisdisseminatie programma en een evaluatie/monitoring programma. Voorlichting en

bewustwordingscampagnes richting consument staan gepland vanaf 2007. En WRAP kan nuttige ervaringen delen over knelpunten rond het opzetten van een publiek-privaat samenwerkingsmodel.

In Groot-Brittannië is een directe koppeling tussen milieu en voedselverliezen gegroeid en gelegd. Dit zou in Nederlandse context betekenen dat minimaal het ministerie VROM en LNV gezamenlijk moeten optrekken rond dit thema. Terwijl de problematiek met betrekking tot voorkoming van verpakkingsafval deels een andere aanpak vraagt, mede gegeven de verschillende wijze waarop door consumenten en bedrijfsleven tegen beide issues wordt aangekeken. Voorkomen verpakkingsafval heeft in Nederland al veel aandacht, en wordt via diverse convenanten en wettelijke kaders gewerkt aan concrete doelstellingen. Maatregelen met betrekking tot het terugdringen van voedselverspilling staan wat dat betreft nog in de kinderschoenen. Advies zou dan ook zijn om voor voedselverspilling concreet beleid te ontwikkelen, en de leerervaringen met betrekking tot voorkomen verpakkingsafval mee te nemen in de uitwerking hiervan. Het ministerie van LNV zou hierin een trekkende rol moeten vervullen, vanwege de verantwoordelijkheid voor het domein Voedselkwaliteit en de verschuiving van haar aandacht richting Consumentenzaken.

## Literatuur

DEFRA (2006) *Food Industry Sustainability Strategy*,  
<http://www.defra.gov.uk/farm/policy/sustain/fiss/pdf/fiss2006.pdf>

DEFRA (2002) *Waste Not, Want Not*,  
[http://www.defra.gov.uk/Environment/waste/review/strategyunit\\_response.pdf](http://www.defra.gov.uk/Environment/waste/review/strategyunit_response.pdf)

WRAP (2005) *Courtauld Commitment*  
[http://www.wrap.org.uk/retail/about\\_us/courtauld.html](http://www.wrap.org.uk/retail/about_us/courtauld.html)

WRAP (2006) *Business Plan 2006-2008*  
[http://www.wrap.org.uk/downloads/WRAP\\_Business\\_Plan\\_2006\\_-\\_2008.38a9a393.pdf](http://www.wrap.org.uk/downloads/WRAP_Business_Plan_2006_-_2008.38a9a393.pdf)