

Voedselverspilling

Voorkomen is beter dan genezen



Duizelingwekkend

- 1,6 miljard ton wereldwijd op in totaal 4,6 miljard ton productie (2018)
- 644 miljoen ton groenten en fruit
- 2,1 miljard ton in 2030
- 1,8 tot 2,5 miljoen ton per jaar in Nederland = 1,8 tot 2,5 miljard kilo
- Consumenten verspillen het meest: 42% (34,2 kilo per persoon in 2019)
- Productie- en verwerkingsfase: 39%
- Sustainable Development Goal 12.3: halvering voedselverspilling in 2030 t.o.v. 2015

Verkenning kwartiermaker voedselverspilling

- Provincie Zuid-Holland en Samen Tegen Voedselverspilling
- Verkenning & Flux 'Voedselverspilling? Op weg naar zero waste in Zuid-Holland'
- Focus op voorkant van de keten: productie, transport, opslag, logistiek en verwerking
- Opdracht: analyse, kansen en knelpunten, vormen coalities, formuleren ambities
- Tussenstand in december 2020
- Inbedding en borging thema

Waarnemingen

- Paar koplopers en een groot peloton
- Grote onderlinge verschillen
- Gering inzicht in percentage voedselverliezen tijdens het bedrijfsproces
- Onvoldoende kennis over daadwerkelijke omzetting
- Focus op hoofdstroom: reststroom is afval
- Vergisten en composteren is makkelijke oplossing
- Stap hoger op de Ladder van Moerman is niet eenvoudig
- Accent in initiatieven en projecten ligt (te) veel op verwaarden

Kansen & knelpunten

- MVO
- Bewustwording, kennis delen en verbinden
- Meten = weten (target – measure – act)
- Keten- en of clustersamenwerking
- Innovatiepact Greenport West-Holland
- Aansluiten bij en gebruikmaken van bestaande initiatieven
- Complexe keten in een gecompliceerde tijd

Stellingen

- Voor reststromen is de oplossing al geregeld: het afvalbedrijf. Er is geen prikkel om überhaupt naar het voorkomen en verminderen van reststromen te kijken.
- Goed dat supermarkten actief inzetten op het tegengaan van verspilling. Hierdoor ontvangen de voedselbanken minder verse producten, maar dat is geen reden om voedselverspilling niet tegen te gaan.
- Het beperken van voedselverspilling is een verantwoordelijkheid van de markt, want het is vooral een kwestie van een betere match tussen vraag en aanbod.