



Actie tegen verspilling voedsel

Van onze verslaggeefster
Wil Thijssen
ALMERE

De voedingsindustrie gaat het probleem van verspilling van voedsel aanpakken. De overheid en het bedrijfsleven willen de kosten van voedselderving met 1,2 miljard euro terugbrengen. Daarvoor is een project opgezet, waarmee een investering van 45 miljoen euro is gemoeid.

In Nederland wordt eenderde van al het voedsel weggegooid. Huishoudens verspillen 10 tot 15 procent van alle etenswaren. Dat komt neer op 110 tot 165 kilo voedsel per huishouden, ter waarde van 1,9 à 2,8 miljard euro.

De voedingsindustrie (landbouw, fabrieken, supermarkten en horeca) verspilt gemiddeld voor 2 miljard euro aan voedsel per jaar.

Dit blijkt uit berekeningen van de Wageningen Universiteit. De kostenderving komt overeen met 33 duizend 'gemiddelde' arbeids-

plaatsen, zegt onderzoeker Henri Luitjes. De kosten nemen volgens hem elk jaar toe, omdat consumenten in toenemende mate verswaren (vlees, vis, groente, fruit, zuivel en brood) kopen, in plaats van houdbare blik- en diepvriesproducten of droge kruidenierswaren.

De Wageningen Universiteit en IBM in Almere hebben een consortium opgericht dat de verspilling van voedsel moet terugdringen. De instellingen denken dat de verspilling bij het bedrijfsleven met 40 procent per jaar kan worden teruggebracht en bij huishoudens met 25 procent per jaar. Dat zou de industrie een jaarlijkse besparing van 800 miljoen euro opleveren. Dit loopt op tot ruim 1,2 miljard euro wanneer de besparing bij de ruim zeven miljoen huishoudens wordt meegerekend.

Van het consortium maken onder meer Unilever, diverse supermarktketens, Horeca Nederland, cateraars als Sodexho, The Greenery, IBM en de Wageningen Universiteit deel uit.

Veel deelnemende bedrijven zijn concurrenten. Daaruit blijkt, zegt directeur consultancy Ruud Bos van IBM, dat de langetermijnvoorstellen groter zijn dan de tijdelijke concurrentievoorsprong. 'Ook blijkt dat de maatschappelijke betrokkenheid groot is.' De organisaties stellen volgens Bos 'geld, ken-

Prijs van garnalen in winkels verlagen met één druk op de knop

nis en inzet' beschikbaar. Het project, dat de naam *Fresh on Demand* (Vers op Verzoek) heeft gekregen, moet gaan voorzien in 'innovatieve logistieke en ICT-oplossingen in de hele productieketen', om de hoeveelheid producten die kwaliteit verliezen of de uiterste verkoopdatum bereiken zo veel mogelijk te beperken.

Daarvoor wordt onderzoek gedaan naar de aankoopimpulsen

van de consument, naar de duur en houdbaarheid van producten gedurende het productieproces ('van grond tot mond') en naar de logistiek en organisatie in de gehele keten.

Voor het eerst werken bedrijven door de hele keten heen samen. Er wordt bijvoorbeeld geëxperimenteerd met elektronische winkelwinkelschappen waardoor de prijs met één druk op de knop in alle filialen van een supermarktketen wordt verlaagd als bijvoorbeeld een overschot aan garnalen dreigt. Ook zijn er proeven met tv-schermen in winkels waarop artikelen worden aangeprezen om de verkoop te stimuleren.

De inkoop van supermarkten moet verbeteren door meer rekening te houden met weersinvloeden op seizoensproducten en met de invloed van het weer op de consumptie. Om die reden is ook het instituut Meteo Consult als deelnemer bij het project betrokken.

Het project gaat vijf jaar duren en kost negen miljoen euro per jaar.