



VOEDSELVERSPILLING IN BEDRIJVEN

De verborgen kant van grootkeukens

1. CONTEXT

In 2007 is men dankzij een campagne voor de analyse van de samenstelling van kantoorafval op voedselverspilling kunnen ingaan.

In het Brussels gewest worden dagelijks ongeveer 50.000 maaltijden in bedrijven opgediend. De voedselverspilling die zowel uit onaangeroerde producten voorbij vervaldatum als uit niet verbruikte producten bestaat, wordt er op 3000 ton per jaar geraamd.

Dat is nog niet alles! Brussel telt een groot aantal KMO's die niet over een grootkeuken beschikken. Voedselverspilling zit dan in verbruikersafval of afval allerhande. Jaarlijks staat dat voor ongeveer 7000 ton extra verspilling.

Aan deze verspilling hangt een financieel, een milieu- en een maatschappelijk kostenplaatje.

2. PROEFPROJECT IN TWEE GROOTKEUKENS

In 2008 hadden twee proefprojecten het doel om het potentieel aan voedselverspillingpreventie in te schatten.

2.1. VOORWOORD

Dankzij de analyse van bestekken, ontmoetingen met grootkeukenspelers en focusgroepen is men in beide proefbedrijven op het functioneren van de grootkeukens met o.a. hun technische en wettelijke vereisten kunnen ingaan.

Daarnaast zijn hefbomen voor minder voedselverspilling bedacht en is er een actieprogramma met inbegrip van maatregelen voor- en achteraf doorgevoerd.

2.2. STAND VAN ZAKEN EN ACTIEPROGRAMMA

Uit de stand van zaken is gebleken dat het moeilijk is vraag en aanbod met elkaar te verzoenen. Restaurantbedrijven moeten immers een klantgerichte aanpak (de klanten tevreden stellen) combineren met een economische aanpak (een rendabele restaurantdienst aanbieden) en daarbij rekening houden met de eisen die eigen zijn aan het "klantbedrijf" (vastgelegd in het bestek) en aan de grootkeukensector (met name de HACCP-normen).

Dankzij de stand van zaken werden eveneens verschillende mogelijke hefbomen voor factoren van voedselverspilling geïdentificeerd, zoals:

- ⇒ de organisatie van het restaurant dat instaat voor de verbruikte maaltijden (intern beheer, voorbereiding van de schotels);
- ⇒ het gedrag van het restaurantpersoneel op het ogenblik van de dienst;
- ⇒ het gedrag van de consumenten op het ogenblik van de dienst en van het verbruik van de maaltijden;
- ⇒ het verbruik na afloop van de maaltijd (gebruik van resten).

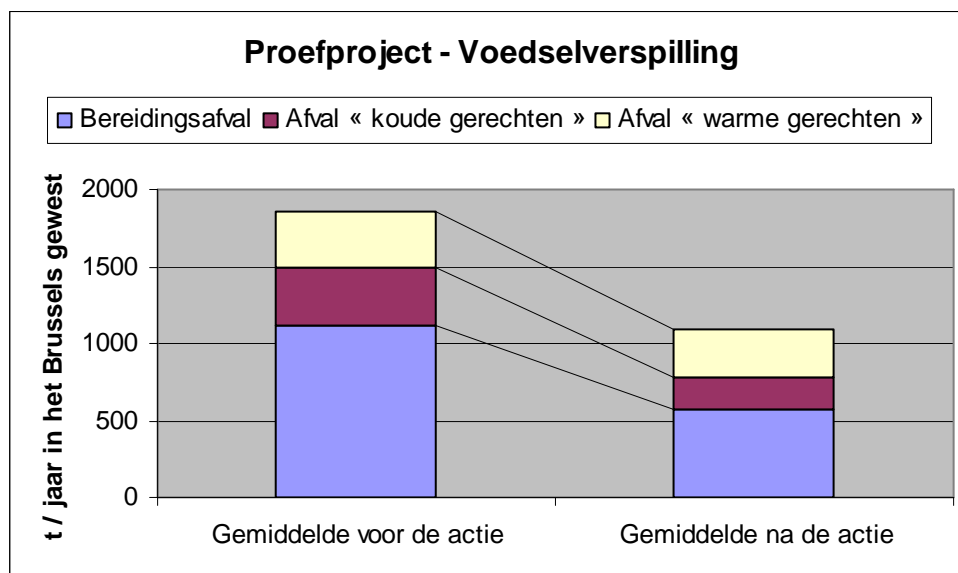
De focusgroepen hebben tot slot bronnen buiten het bedrijfsrestaurant zoals vergaderingen (broodjes, koffie, ...) aangestipt en zo een ander licht op voedselverspilling geworpen.

De proefbedrijven hebben feitelijk een geheel van goede praktijken (zie "Wat kan ik doen?") ontwikkeld waarmee onrechtstreeks minder voedselverspilling mogelijk is. Daarom werden de actieplannen beperkt tot sensibiliseringsacties van de verbruikers.

2.3. RESULTATEN

Voor en na de sensibiliseringsactie werden er drie bronnen van voedselverspilling geanalyseerd: bereidingsafval (in de keuken), resten van koude gerechten en resten van warme gerechten.

Moeilijkheid bij dit type van analyse was het tellen van de opgediende gerechten. De soepverspilling werd bijvoorbeeld gemeten, maar niet afgewogen want het aantal opgediende soepen was niet gekend.



Per (warm of koud) gerecht gaat de verspilling gemiddeld van 154 g naar 90 g, ofwel een vermindering met 41 %.

Alhoewel enkel consumenten rechtstreeks bij de actie betrokken waren, was er dankzij de denk- en werkgroepen waaraan keukenpersoneel deelnam minder verspilling vóór de dienst. Bij de eerste week van maatregelen werden (in afwezigheid van de keukenchef) een aantal "ongevallen" vastgesteld die grotendeels te maken hadden met:

- het kookprincipe « just in time » dat niet toegepast werd: bereidingsresten zijn voornamelijk samengesteld uit zetmeelproducten (deegwaren, rijst, puree) en saus;
- de aanpak van bestellingen (verspilling van taart en saladezakjes);
- het volgen van de stocks met verse producten (yoghurt voorbij vervaldatum).

De gemiddeldes omvatten nochtans ook aanzienlijke verschillen tussen de proefprojecten. Dit valt niet enkel te verklaren door de sensibilisering van de consument.

Deze studie bracht aan het licht hoe complex het thema is. Er wordt niet enkel een beroep gedaan op rationale factoren maar ook op elementen van onbewuste aard: eetgewoonten, eetlust, "goed eten" (kwantitatief of kwalitatief), schuldgevoel in verband met verspilling, affectieve afhankelijkheden, gedrag van het type "waar voor zijn geld krijgen",

