

Update januari 2021

Houdbaarheid: interventie op verpakkingen



Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport



Too Good To Go

**SAMEN TEGEN
VOEDSELVERSPILLING**

Inleiding

- Dit document geeft een update over het project “Houdbaarheid: interventie op verpakkingen” en is bedoeld voor koepelorganisaties, individuele bedrijven, (maatschappelijke) organisaties en kennisinstellingen. We zetten deze partijen graag in als klankbordgroep in de verschillende fasen van het project.

- Doel van dit project is:

Het verminderen van voedselverspilling gerelateerd aan houdbaarheid door middel van een bewezen effectieve interventie op de verpakking die breed wordt geïmplementeerd in Nederland.

- De projectgroep bestaat uit Ministerie van LNV en VWS, Too Good To Go en Samen Tegen Voedselverspilling en werkt gezamenlijk aan dit doel.

Achtergrond

- De Nederlandse consument verspilde in 2019 gemiddeld 34 kilo voedsel per persoon. Dat is totaal 589 miljoen kg per jaar, 23- 32% van de totale voedselverspilling in Nederland.
- EU (dus NL) is gecommitteerd aan SDG 12.3: 50% minder voedselverspilling in 2030 (ten opzichte van 2015)
- Zo'n 10% van alle voedselverspilling in de EU is gerelateerd aan houdbaarheid.
- Beter begrip en gebruik van THT / TGT data door iedere betrokkene kan voedselverspilling voorkomen en verminderen. Misinterpretation by consumers of the meaning of these dates can contribute to household food waste. *Bron: studie door de EC; ICF e.a., Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention, jan. 2018.*
- Verwarring en gebrek aan kennis over de TGT en THT-datum op voedsel zijn belangrijke oorzaken van voedselverspilling bij de consument thuis. *Bron: CREM, Bepaling voedselverliezen bij huishoudens en bedrijfscatering in Nederland, sept. 2010*
- Slechts 50% van de consumenten weet het verschil tussen THT en TGT en 10-24% van de consumenten gooit voedsel direct na verloop van de THT-datum weg. *Bron: 2017 GfK*
- Green Deal 'Over de Datum?' 2017-2019:
 - Doel van deze Green Deal was: Voedselverspilling verminderen door een beter begrip en gebruik van houdbaarheidsdata op voedsel onder consumenten te bevorderen
 - Resultaten: Onduidelijkheid over de toepassing van de houdbaarheidsdatum voor fabrikanten is weggenomen (2020), gedragsanalyse (2019), realisatie consumentencampagne vanuit STV (2020) met uitleg over het verschil en hoe te handelen bij THT en TGT.
 - Betrokken partijen: CBL, FNLI, NZO, WUR, LNV, VWS & Voedingscentrum



Wetenschappelijke inzichten

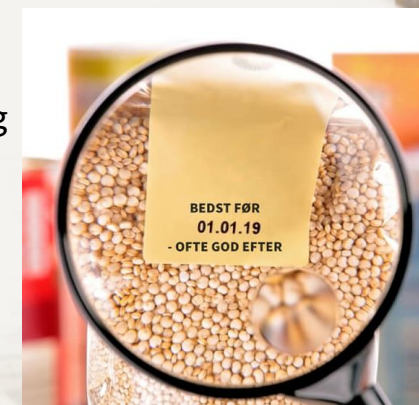
- Europese studie over 'date marking' (2018) concludeert dat elk voorstel gericht op het voorkomen van datum-gerelateerde verspilling zich moet richten op
 - 1) producten waarbij het 't meest waarschijnlijk is dat consumenten de informatie op de verpakking raadplegen om hun beslissing op te baseren;
 - 2) die producten die veel worden verspild.
- De studie roept het bedrijfsleven op om GOED LEESBARE labels te hebben, en daarnaast een algemene aanbeveling om consumenten van goede informatie over houdbaarheidsdatum te voorzien via CAMPAGNES.
- Vooral het begrijpen van het verschil tussen THT en TGT heeft significant effect op gedragingen die leiden tot minder voedselverspilling, evenals sociaal-demografische factoren en gedragscontrole. *Bron: Toma et al. 2020*
- Invloed visual cues op weggooigedrag consumenten ([bron: WFBR onderzoek - Janssen et al., 2019-2020](#)):
 - De visual cues hebben effect
 - Consumenten vertrouwen op de sensor, zelfs wanneer datum wat anders aangeeft
 - De premeditated waste van discounts is lager dan van producten die thuis datum naderen.

Meer onderzoek is nodig naar de precieze relatie tussen informatie op de verpakking en weggooigedrag door consumenten.

Inzichten uit de praktijk

eerlijk over eten
Voedingscentrum

- [Checklist vermelden houdbaarheid van NVWA](#):
 - De houdbaarheidsvermelding moet goed leesbaar en vindbaar zijn. De volgende punten zijn belangrijk:
 - De verwijzing naar de vindplaats van de houdbaarheidsdatum moet concreet zijn en duidelijk leesbaar, bijvoorbeeld 'zie bovenkant fles'.
 - De datum zelf moet goed leesbaar zijn.
 - De afkortingen 'TGT' of 'THT' zijn niet toegestaan.
 - Termen zoals 'beperkt houdbaar' zijn te vaag.
- Belangrijk om verschil bij uiterste consumptiedatum ('te gebruiken tot' = veiligheid) en datum van minimale houdbaarheid ('ten minste houdbaar tot einde' = kwaliteit) aan consumenten uit te kunnen leggen.
- Nationale #verspillingsvrij campagne in 2020 en 2021 over het verschil tussen de 2 datums en hoe te handelen.
- In deze campagne is ondersteunend beeld gebruikt voor de uitleg van THT en TGT, deze beelden worden gebruikt bij de doorontwikkeling van de visuals cue's die onderzocht gaan worden.
- Too Good To Go heeft in bijna al haar markten inmiddels ervaring opgedaan met coalities tegen voedselverspilling gerelateerd aan houdbaarheid. Bijvoorbeeld in [Denemarken](#), [Frankrijk](#) en het [VK](#).



Too Good To Go

Inzichten uit de praktijk

Nog stappen te zetten op:

- Juiste toepassing van de verschillende datums door fabrikanten.
- Eenduidigheid en logica in de boodschap en herkenbaar op de verpakking voor consument. Bijvoorbeeld met:
 - Een standaard icoon en tekst
 - Tips over verlengen van de houdbaarheid
 - “Na openen beperkt houdbaar” explicieter maken

Planning

VERKENNENDE FASE

Januari-februari 2021

Verkenning label initiatieven (nationaal & internationaal)

Wettelijke randvoorwaarden en EU richtlijnen

WUR: Literatuurstudie

ONDERZOEKSFASE

Januari - augustus

TGTG: Ontwerp visual cue's

WUR: Opzetten experimentele aanpak consumentenonderzoek

Testen van een selectie van visual cue's
Dataverzameling april/mei

PILOTFASE

Augustus - december

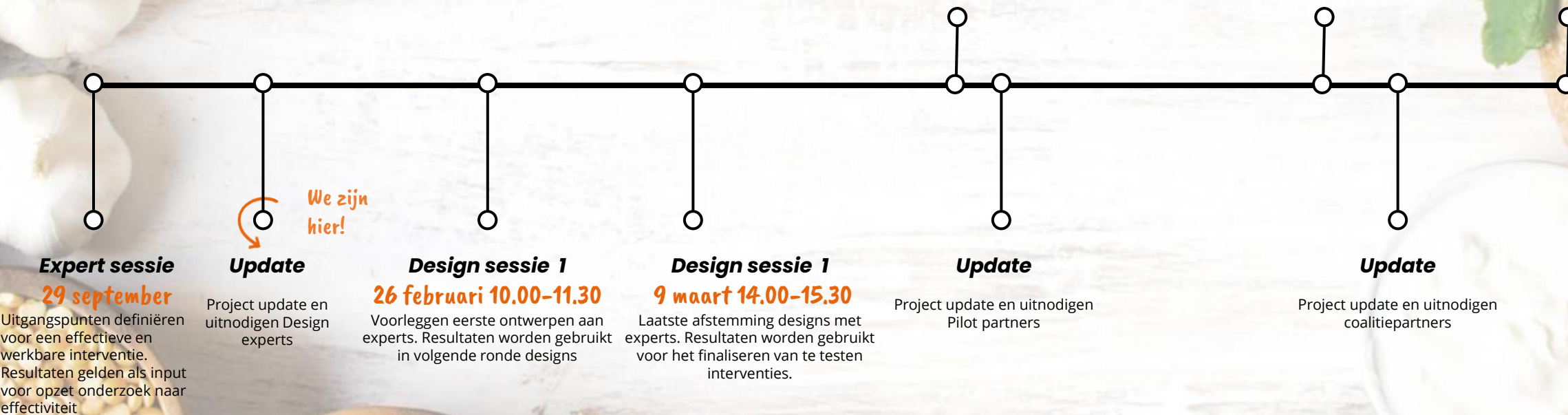
WUR met pilot partners:

Verkennen, ontwikkelen en analyseren praktijk pilots

IMPLEMENTATIE FASE

2022

Vrijwillig, Nationaal



Terugblik expertmeeting

- Op 29 sept is een expertmeeting georganiseerd met als doel: uitgangspunten definiëren voor een effectieve en impactvolle interventie rondom houdbaarheid op verpakkingen met als doel consumenten helpen om minder voedsel te verspillen.
- Aanwezigen: LNV, VWS, VC, STV, TGTG, WUR, FNLI, CBL, Jumbo, Superunie, Unilever, FrieslandCampina, NZO, Koffie&Thee NL.
- Output:

Kansen/ belemmeringen/randvoorwaarden visual cue:

- THT: 3 zintuigen als visual cue kansrijk. Flexibiliteit in kleur (zelfde als Nutriscore) en zwart/wit. Verschillende opties voor tekst en beeld. Meertalig aanbieden. Differentiatie producten afh. van o.a. ruimte op verpakkingen. Goede voorbeelden: weggooiwijzer en Utz. Positie bij datumaanduiding of datum zelf. Praktisch en flexibel. 3e categorie zonder datum uitbreiden / toevoegen (lang houdbaar, zonder datum). Icoon + minimale tekst + 3e laag informatie extern (QR code).

Belangrijke elementen implementatie:

- Effectiviteit iconen: werking moet duidelijk zijn (iconen toetsen in andere landen). Strijd om plek op verpakking. Doorlooptijd, mogelijk aansluiten bij lopende cyclus van verpakkingen. Andere interventies dan verpakking (o.a. sensoren) verkennen. Houd rekening met begrijpelijkheid. Grondige en representatieve pilots. Voedselvaardigheid en bederfkenmerken zijn uitdagingen.

Toegevoegde waarde:

- Gezamenlijke verantwoordelijkheid. Branche breed oppakken. Samenwerking overheid. Richting EU. Bewijslast verzamelen.

Vooruitblik onderzoek

- Opdrachtgever: ministerie van LNV. Uitvoerder: WUR
- Onderzocht wordt of een visuele/tekstuele verduidelijking van het verschil tussen THT/TGT een verbeterd begrip en vervolgens verbeterd handelen (waaronder minder onnodig/voortijdig weggooien van producten, zowel THT/TGT) tot gevolg kan hebben.
- Onderzoeksvragen:
 1. Aan welke criteria moeten visual cues voldoen om het begrip van THT en TGT op verpakkingen te vergroten en weggooigedrag te verminderen?
 2. Wat is het effect van visual cues op het weggooigedrag van de consument?
 3. Hoe kunnen deze visual cues succesvol in de praktijk worden toegepast?
- Plan van aanpak:
 1. Literatuuronderzoek naar inzet en effectiviteit van visual cues op verspilling door consumenten in de thuisomgeving.
 2. Opzetten experimentele aanpak consumentenonderzoek o.b.v. de vraag: Hoe beïnvloeden visual cues het begrip en weggooigedrag van consumenten in hun thuisomgeving.
 3. Keuze onderzoeksmethodologie in samenhang met selectie van visual cues. Veelbelovende opties:
 - A. praktijktesten met geselecteerde/representatieve 'voorbeeldhuishoudens', waarbij producten worden voorzien van de geselecteerde visual cues.
 - B. on-site testen, waarbij een representatieve groep consumenten in een nagebootste thuis-setting in een onderzoeksfaciliteit van WFBR, onderworpen wordt aan een aantal keuze- en weggooi testen.
 - C. focusgroepen, waarbij een serie van groepsgesprekken met verschillende consumentensegmenten wordt georganiseerd, en waarbij gediscussieerd wordt over de aantrekkelijkheid en mogelijke invloed van geselecteerde visual cues op het weggooigedrag.
 - D. online visual surveys, waarmee een grotere groep representatieve consumenten wordt bevraagd op voorgenomen weggooigedrag bij producten voorzien van geselecteerde visual cues.
 4. Verkennen, ontwikkelen en analyseren van mogelijke praktijkpilots, waarbij betrokken bedrijfsleven wordt uitgenodigd om een (kleinschalige) test uit te voeren met echte producten in de praktijk.

Contact

Support om deze interventie optimaal te realiseren is hard nodig. Als je op basis van de inhoud van dit document aanvullingen hebt ten behoeve van inzichten, kansen, belemmeringen of randvoorwaarden rondom een visual cue, laat het ons dan weten. Of neem contact op voor meer achtergrondinformatie of verkennen van pilots.

- Tessa Ooijendijk t.ooijendijk@minlnv.nl
- Nikki Emmerik ne.emmerik@minvws.nl
- Victor Simoncelli vsimoncelli@toogoodtogo.nl
- Marjolijn Schrijnen marjolijn@samentegenvoedselverspilling.nl



Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport



Too Good To Go

SAMEN TEGEN
VOEDSELVERSPIJLING