

Matmangel i verden

I Norge og resten av den vestlige verden kaster vi brukbar mat. Ifølge FN er det nå mer enn en milliard mennesker på jorda som sulter. Hver dag dør mer enn 30 000 mennesker av matmangel. Halvparten av dem er

barn under fem år. Dette er en usynlig og permanent katastrofe som ikke får særlig mye av medias oppmerksomhet. Årlig blir to til fire millioner mennesker en del av gruppen som sulter.

Kronikk

Kronikker kan være inntil 5500 tegn inklusive mellomrom. Legg ved et bilde av god teknisk kvalitet av kronikkforfatteren og send til: kronikk@adresseavisen.no

Hva betydde ski-VM i Holmenkollen i forhold til å gjøre Norge kjent ute i verden?

Ordet fritt, neste side

Kan vi redusere mengden matavfall? En fjerdedel av maten i Norge kastes. Det er ikke bærekraftig i en verden hvor mat er mangelvare. Det finnes teknologi og kompetanse for å unngå mye av kastingen. Dette skylder vi samfunnet å utnytte, mener kronikkforfatterne.

Når mat kastes

Kronikk

Mye av maten kastes av forbrukerne. I Norge har de fleste råd til å kaste mat og for flere av oss skjærer det mer i hjertet enn det svir i lommeboka.



HEIDI C. DREYER
Professor, Institutt for produksjons- og kvalitetsteknikk, NTNU
Seniorforsker, Sintef teknologi og samfunn

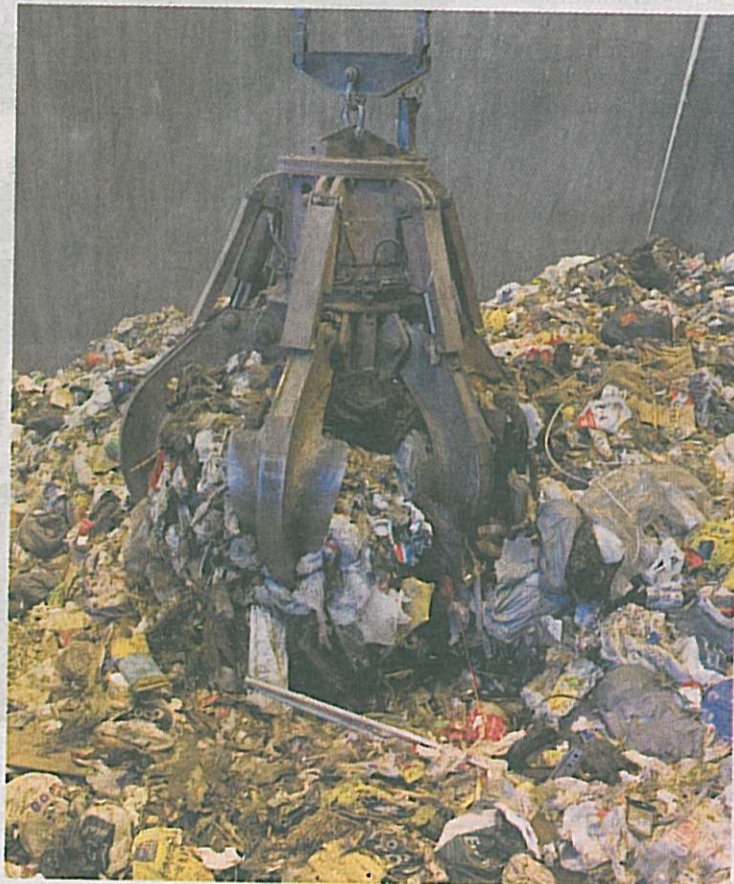
Manglende kunnskap om holdbarhet og holdninger til matavfall er med på å øke størrelsen på søppelposene. Andre forklaringer er at aktørene i matkjeden ikke nøyaktig nok klarer å beregne hva forbrukerne ønsker, vi sløser med holdbarhetstiden på veien fra produksjon til butikk, og at hvert enkelt ledd i matkjeden styres enkeltvis og ikke helhetlig.

For bransjen er matavfall et verditap som rammer økonomisk. For samfunnet er dette sløsing med knappe ressurser. Det er viktig å øke kunnskapen om hvorfor mat kastes. Vi vet at forklaringsbildet er sammensatt og årsakene mange, som i forbindelse med innhøsting og råvareproduksjon, foredling og produksjon, i handelsleddet og ikke minst hvordan vi som forbrukere kjøper inn og håndterer maten hjemme.

Hva skjer med maten i verdikjeden – før den havner hos forbruker? Vi bruker Brämhults nypresede appelsinjuice som eksempel på et produkt med begrenset holdbarhet. Appelsiner kjøpes inn basert på kvalitet og pris. De fraktes til Sverige for pressing. Produksjonsvolumet bestemmes av hvor mye en tror dagligvarekjedene vil kjøpe. I Norge kan juicen selges til fire kjeder; Norgesgruppen, COOP, Rema og ICA, som hver kjøper inn på vegne av et tusentalls butikker. Fra Sverige fraktes juicen til kjedenes lager på Østlandet før den videresendes til butikkene.

Juicen har en holdbarhet på 18 dager og det er en tidskamp å få juicen produsert, levert og solgt i løpet av denne perioden.

Jo ferskere mat som ankommer butikken desto større er sannsynligheten for at den blir solgt og spist før den utgår på dato og



ender som avfall. Hver time og dag teller!

De mange leddene som skal koordineres fra gårdsbruk, via produksjon, grossist, transportør og til butikk bruker opp en stor del av holdbarhetstiden. Juicen produseres i store kvanta, pakkes og transporteres sammen med andre vareslag. Det innebærer venting, lagring og venting. Tidsaspektet forsterkes ytterligere fordi dagens industri- og handelsstruktur er sentralisert. Det fører til lengre avstander og tid, og kortere restholdbarhet i butikk.

Butikkene tilbyr et bredt utvalg fersk mat og etterspørselen øker fordi vi ønsker og har råd til det. Det er vanskelig å beregne hvor mye og hvilke produkter butikken vil selge og kompleksiteten forsterkes med et økende vareutvalg. For å redusere matavfallet er det desto viktigere å ikke ha mer i butikk enn hva en vil selge. Et voksende ferskt vareutvalg

betyr mere avfall dersom vi ikke klarer å styre varestrømmen bedre, basert på faktisk og korrekt informasjon om behovet.

Mat må selges når den er moden, slik det er med jordbær. Grønnsaker og frukt må sås, modnes og høstes innen en gitt tid. Melken må hentes, fra mange gårdsbruk spredd over hele landet. Hele grisen må slaktes og utnyttes, selv om det bare er indrefiletten som er etterspurt. Tilbudet av denne maten lar seg vanskelig styre av etterspørselen, men desto viktigere er det å få den raskt ut i butikk for å forlenge salgsperioden.

I mathandelen er kjøpspsykologien viktig og det er kvalitet og varetrykk som gjelder.

Vi kjøper mer og det etableres lojalitet dersom butikkhyllene er fulle. Matkvalitet er en viktig faktor for valg av butikk. Og som forbrukere lar vi oss fasci-

DEBATT

Diskuter kronikk

Alle våre kronikker publiseres på adresa.no. Her kan du skrive kommentarer og diskutere saken.

adresa.no

ner av volumtilbud som gjør prisen lav. For dopapir er dette uproblematisk, men hvem har ikke kastet en halvtomt pose mandariner kjøpt på tilbud?

I forklaringene ligger også løsninger.

- Realiser deling av informasjon i matkjeden om hva som selges og bruk denne til å produsere i tråd med behovet. Det finnes teknologi for å spore og dele informasjon om maten i verdikjeden. Innføres dette mellom bedriftene i matkjeden kan vi produsere og levere det som etterspørres. Det vil gi full innsikt i hvor maten befinner seg og den kan styres hurtigere gjennom matkjeden og eventuelt omdirigeres i forhold til restholdbarhet.

- Ta i bruk produksjonsmetoder- og teknologi for å tilpasse forbrukerpakningene. Vi lever i små og store familier og har ulike behov.

Intelligent emballasje og fleksible produksjons og pakkesystemer vil kunne gjøre det like billig per stykk å lage tre som tredive fiskekaker. Dermed kan vi kjøpe det antallet vi trenger, og ingenting blir kastet.

- Utvikle nye logistikk-systemer som sikrer matkvalitet og miljø. Det produseres mat i Norge av lokale produsenter. Lokalprodusert mat har kortere reisevei enn mat som kommer langveisfra. Hvordan en kan utnytte tidsfordelen som lokal- og nasjonalprodusert mat har i forhold til å skape mindre matavfall er et sentralt spørsmål.

Med økt kjøpekraft, internasjonalisering og vekst i interessen for mat er matindustrien stadig mer betydningsfull. Måten vi forvalter og omsetter maten på er ikke bærekraftig og vi søker fremtidsløsninger innen forbrukeradferd, den industrielle verdikjeden, produkt og holdbarhet og alternative omsetningskanaler.

Bransjen og bedriftene, myndigheter, teknologitilbydere og kompetansmiljøer må samarbeide for å utvikle nye løsninger.

«Jo ferskere mat som ankommer butikken desto større er sannsynligheten for at den blir solgt og spist før den utgår på dato og ender som avfall.»