



GIDA GÜVENLİĞİ DERNEĞİ GIDA KAYBI VE ATILMIŞ ÇALIŞMALARI

Samim Saner
Gıda Güvenliği Derneği Başkanı

25 Nisan 2019, İstanbul

ÇER K

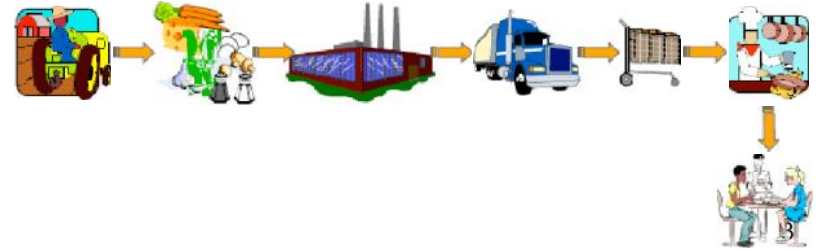
- I. GGD Gıda kaybı ve Atı ı Komitesi Çalı maları
- II. Ara tırma hakkında
- III. Metodoloji ve Örnekleme
- IV. Ara tırma Bulguları
 - i. Gıda Alı veri i ve Etiket Okuma Alı kanlıkları
 - ii. Gıda Kaybının Boyutu
 - iii. Gıda Kaybını Azaltmaya Yönelik Fikirlerle Yaklaşım
- V. Sonuç ve Öneriler



Gıda Güvenli i Bilimi



1. Tüketicilere; «Tarladan Çatala» güvenilir gıdanın ulaşmasını sağlar
2. Her aşamada; «Gıda Atığı ve Kaybının» azalmasını sağlar
 - doğru sıcaklık ve süre,
 - doğru hijyenik uygulamalar,
 - doğru üretim yöntemi,
 - doğru ambalaj,
 - doğru SKT
 - doğru satınalma, pi irme ve saklama
 -



I. GGD GIDA KAYBI VE ATILMIŞ GIDA KOMİTESİ

GKA Komitesi, üretilen gıdaların gıda kaybı ve atılması sonucu olan israfına yönelik olarak; durum tespiti, ihtiyaçların ve yapılabileceklerin belirlenmesi ve ardından tüketiciler, üreticiler ve resmi kurumlar nezdinde projeler geliştirmek için çalışmaktadır.

KOMİTE ÜYELERİ

Komite Üyeleri			
Neşe Erenöz, Carrefoursa	Hülya Günay, Serpil Ürek, Uğur Avcı - Migros	Biröl Delibağcı, Özlem Yalçın-Pınar Süt	Elif Belbez, Nilay Çolak - Tat Gıda
Olca Silahlı, Ula Kayır - Fazla Gıda	Hilal Yalçın, Zeki Onur Avcı - Nestle Türkiye	İlçay Reis, Deniz Gezici - Reis Gıda	Görkem Köse, Zeynep Ayrancı, Testo
Samim Saner, Sabahnur Demirci - Mérieux Nutrisciences	Zehra Yılmaz, Perfetti van Melle	Metin Acar, Rentokil	Necdet Buzba, Tügis
Tülay Özel, Yasemin Ertürk, Hande Türker – Metro Gros Market	Yüksel Soyubelli, Pınar Et	Filis Gergerli, Sultan Kihri- Sardunya	Ezgi Tokman, Ebru Erim, Özlem Ergün - Unilever
			Özlem Güçlü Üstünda – Yeditepe Üniversitesi

GGD GIDA KAYBI VE ATILMAKTA OLAN GIDA ÜRÜNLERİ KURUM TESLİMİ

HEDEF ÇALIŞMALAR

Tüketiciler

- Durum tespiti – Algı artırılması
- Tüketici bilgilendirme rehberi

Üreticiler

- Raf ömrü belirleme ve etiketleme
- Raf ömrü ve etiketleme kuralları rehberi

Toplu Tüketim Noktaları

- Gıda atılma yönetimi

Resmi Kurumlar

- Resmi kurumlar ile birlikleri ve mevzuat de i ikl i önerileri
- TETT ve STT bilgilendirme kamu spotu

nielsen



GIDA KAYBI VE ET KET OKUMA ALGI ARA TIRMA RAPORU

II. ARA TIRMA HAKKINDA



AMAÇ VE KAPSAM

ARA TIRMA AMACI



Paketli gıdalar üzerindeki ürün etiketlerinin Türk tüketicisi tarafından ne derece incelendi ini ve ne derece **anla labilir** bulundu unu belirlemek

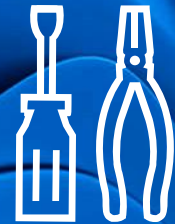


Etiket okuma alı kanlıklarının **satın alma** kararı, **tüketim** kararı ve **gıda kaybı** üzerindeki etkisini anlamak



Gıda kaybının ne kadar azalabilece ini tespit etmek

III. METODOLOJ VE ÖRNEKLEM YAPISI



METODOLOJ VE ÖRNEKLEM YAPISI

GIDA KAYBI VE ET KET OKUMA ARA TIRMASI 2018 kapsamında toplam 1545 yüz-yüze görüşü me gerçekleştirilmiştir.

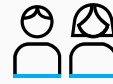
KİMLERLE?



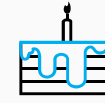
ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜ-Ü
n=1545 kişi



Hanenin MARKET
ALİ VERİNDEN
SORUMLU kişiler



C-NS-YET
Kadınlar ve Erkekler



YAŞ--
18-65 Yaşları arasında



SES
ABC1C2DE

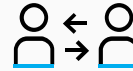
NEREDE?



Türkiye kent nüfusunu temsilen IBBS
Düzey 2 kapsamında 26 ilde

İstanbul, Ankara, İzmir, Tekirdağ, Balıkesir, Bursa, Kocaeli, Konya, Kırıkkale, Kayseri, Aydın, Manisa, Antalya, Adana, Hatay, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Trabzon, Erzurum, Adana, Malatya, Van, Gaziantep, Diyarbakır, Mardin

NASIL?



YÖNTEM
CAPI (Bilgisayar Destekli
Yüz-Yüze Görüşme) yöntemi
kullanılmıştır

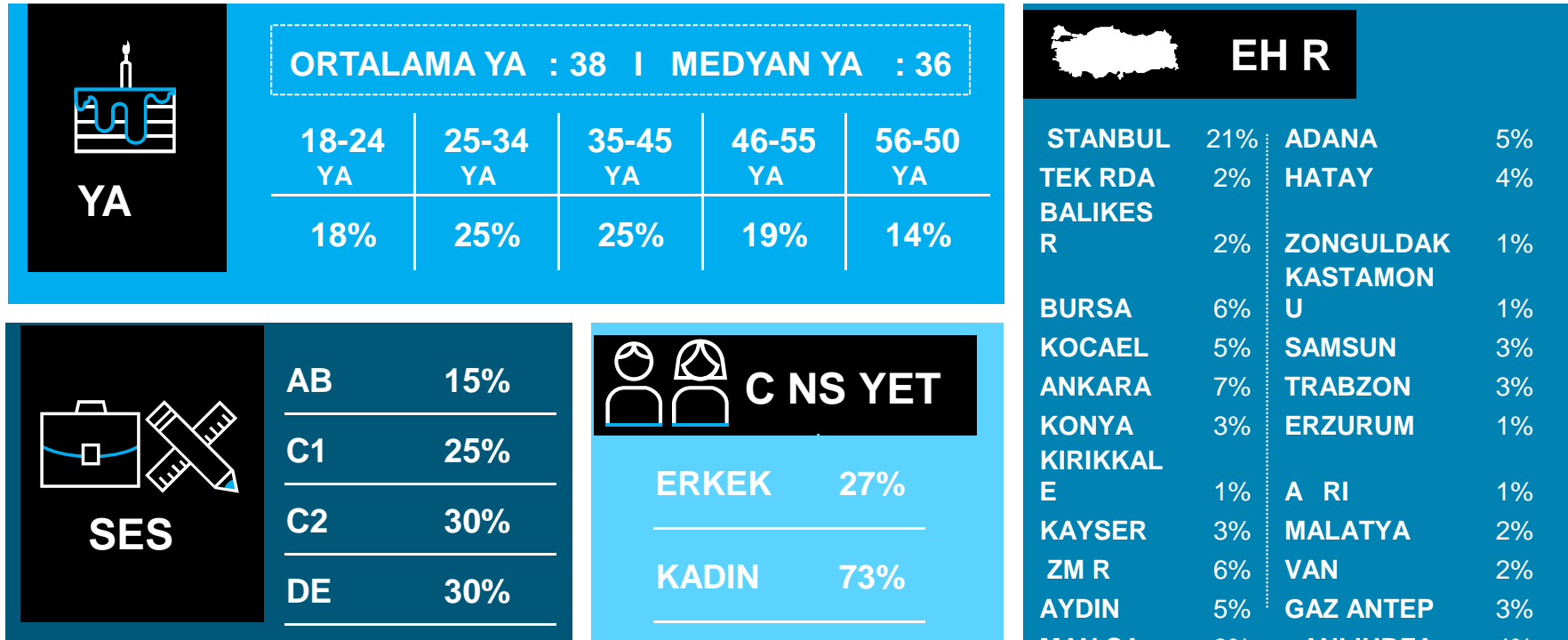
NE ZAMAN ?



SAHA ÇALIŞMASI
20.09.2018 - 23.10.2018
tarihleri arasında
yürütülmüştür.

ÖRNEKLEM YAPISI - DEVAM

Ara tırma kapsamında görü ülen ki iler in demografik profili a a ıda verilmi tir.

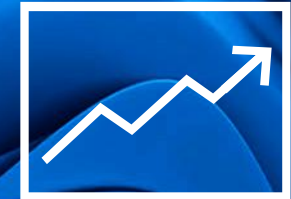


ÖRNEKLEM YAPISI - DEVAM

Bölgeler ve kapsadıkları şehir detayları aşağıda verilmiştir.

METROPOL	MARMARA	ANADOLU	EGE	AKDENİZ	KARADENİZ	DOĞU	GÜNEY
35%	15%	7%	8%	12%	8%	6%	9%
İstanbul	Tekirdağ	Konya	Aydın	Antalya	Zonguldak	Erzurum	Gaziantep
Ankara	Balıkesir	Kırıkkale	Manisa	Adana	Kastamonu	Adana	Van
İzmir	Bursa	Kayseri		Hatay	Samsun	Malatya	Mardin
	Kocaeli				Trabzon	Van	

IV. ARA TIRMA BULGULARI

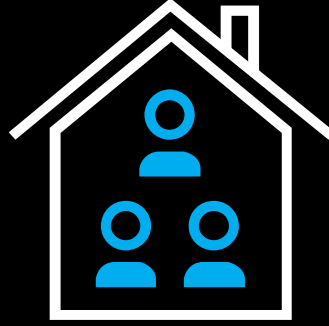
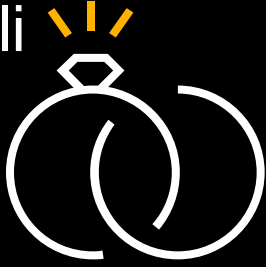


Görünüşler - Özet Bulgular



%60

Evli



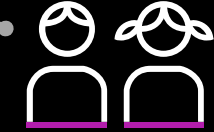
3.4 kişi ilik
bir hanede
yaşıyor



Aylık gelirin

34%'ü

Gıda
harcamalarına
gidiyor



%58

Çocuk
sahibi

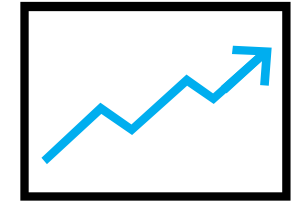
Haftada



2.4 KEZ

Gıda alıverişini yapıyor

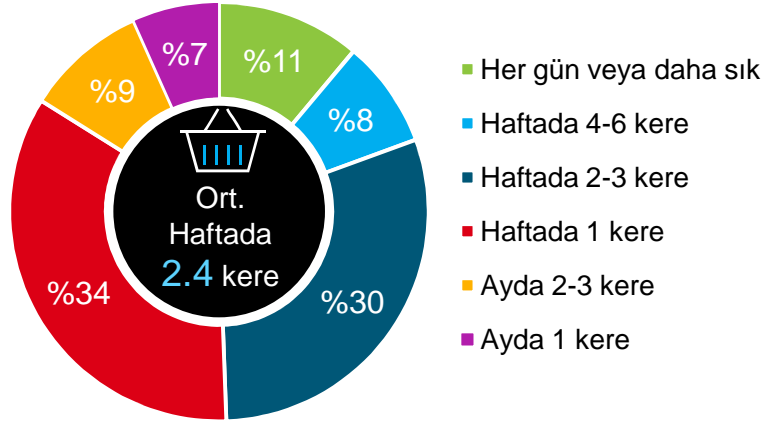
IV. İ. GIDA ALI VER VE ET KET OKUMA ALI KANLIKLARI



HANELERİN GIDA ALIŞVERİSİNİ SIK VE NİSPETEN PLANSIZ/ SPONTAN OLMA ÖZELLİĞİYLE YAPTIYOR

Bireylerin %59'u önceden alışveriş listesi yapsa da, listesinin dışına çıkmayanların oranı sadece %37.

HANELERİN GIDA ALIŞVERİSİNİ YAPMA SIKLIĞI (%)



Hanelerin yarısı (%49) Haftada 2 veya daha sık gıda alışverişini yapıyor. Ortalama bir hane haftada 2.4 kere gıda alışverişini yapıyor)

ALIŞVERİŞ LİSTESİ YAPMA (%)

Alışveriş Listesi Yapma Durumu	Oran (%)
Alışverişe çıkmadan önce liste yapar ona göre alışveriş yaparım	37
Alışverişe çıkmadan önce liste yaparım ancak mutlaka ilave ürünler alırım	22
Liste yapmam markette aklıma geleni alırım	41

▲ Erkekler, Metropol, Ege, Akdeniz

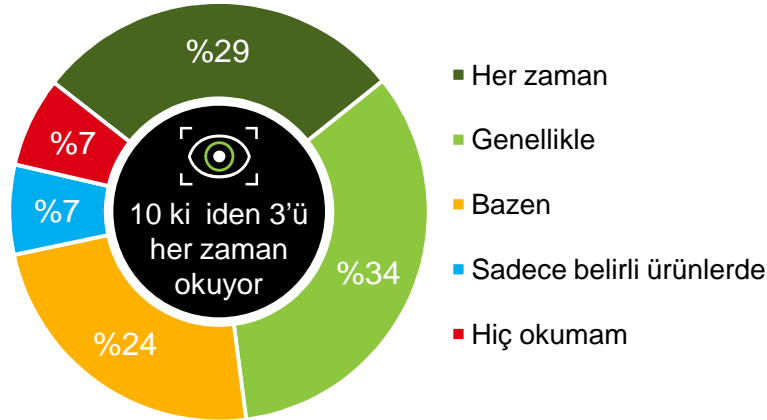
Q8. Hanenizde ne sıklıkla gıda alışverişini yapıyor? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

Q9. Market alışverişinden önce alacaklarınızın listesini yapar mısınız? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

10 TÜKETİCİ DEN 6'SI GIDA PAKETLERİNİN ÜZERİNDEKİ BİLGİLERİ HER ZAMAN VEYA GENELLİKLE OKUYOR. ÖNCELİK STT'NİN...

Tüketicilerin **%93'ü**, gıda paketlerindeki bilgileri **okuyor**. «**Son tüketim tarihi**» en çok okunan bilgi türü (**%88**). Onu, «**çindekiler**» bölümü takip ediyor (**41%**) (çindekilerin incelenmesi AB SES, Çocuksuz haneler, Tek kişilik haneler, Metropol ve Ege bölgelerinde en yaygın).

GIDA PAKETLERİNİN ÜZERİNDEKİ BİLGİLERİ OKUMA SIKLIĞI (%)



Gıda ürünlerinde paket üzerinde yazan bilgileri okuyanların (Her Zaman + Genellikle) oranı **%63**

GIDA PAKETLERİNİN ÜZERİNDE OKUNAN BİLGİ TÜRLERİ (%) - Yardımsız/ Hatırlatma Yapılmadan Kendiliğinden Söylenen

Bilgi Türü	Oran (%)
Son Tüketim Tarihi	88
çindekiler	41
Üretim tarihi	25
Üretim yeri	17
Gramaj	9
Üretici firma/marka/ yerli olup olmadığı	9
Besin değeri	5
Kalorisi*	5

*18-34 yaş, AB, Çocuksuz, Tek kişilik haneler, Marmara, Karadeniz en yaygın.

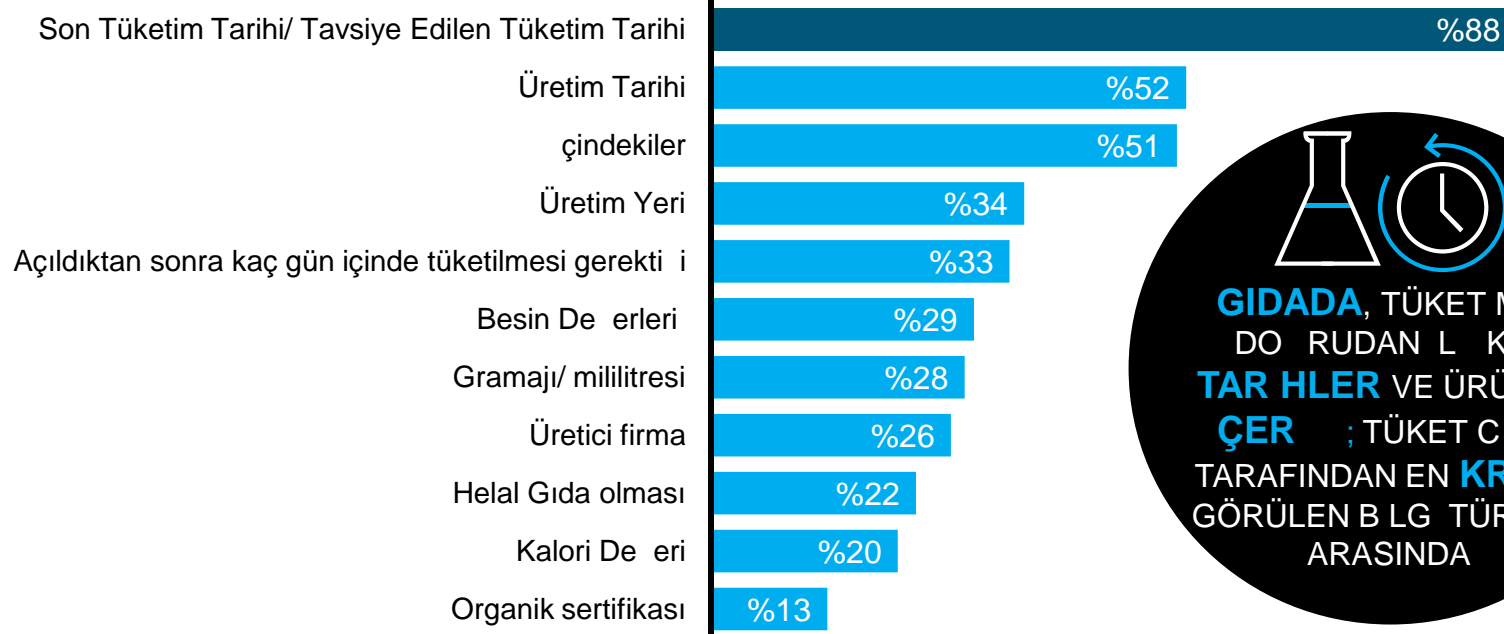
Q10. Ambalajlı gıda ürünlerinde paket üstünde yazan bilgileri ne sıklıkla okuyorsunuz? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

Q12. (HATIRLATMA YAPILMADAN) Gıda paketinin üstünde yazan hangi bilgileri okuyorsunuz? Baz: Paket üstündeki yazıları okuyanlar, 1437 kişi

PAKETİN ÜZERİNDE YER ALAN BİLGİ TÜRLERİ TEK TEK HATIRLATILDI İNDA LK SIRADA MİYOR: NCELEYEN 10 TÜKETİCİ DEN 9'U SON TÜKETİM TARİHİ / TAVSİYE EDİLEN TÜKETİM TARİHİNİ MUTLAKA NCELİYOR



MUTLAKA NCELENEN BİLGİ TÜRLERİ (%) - Yardımlı/ Hatırlatma Yapılarak



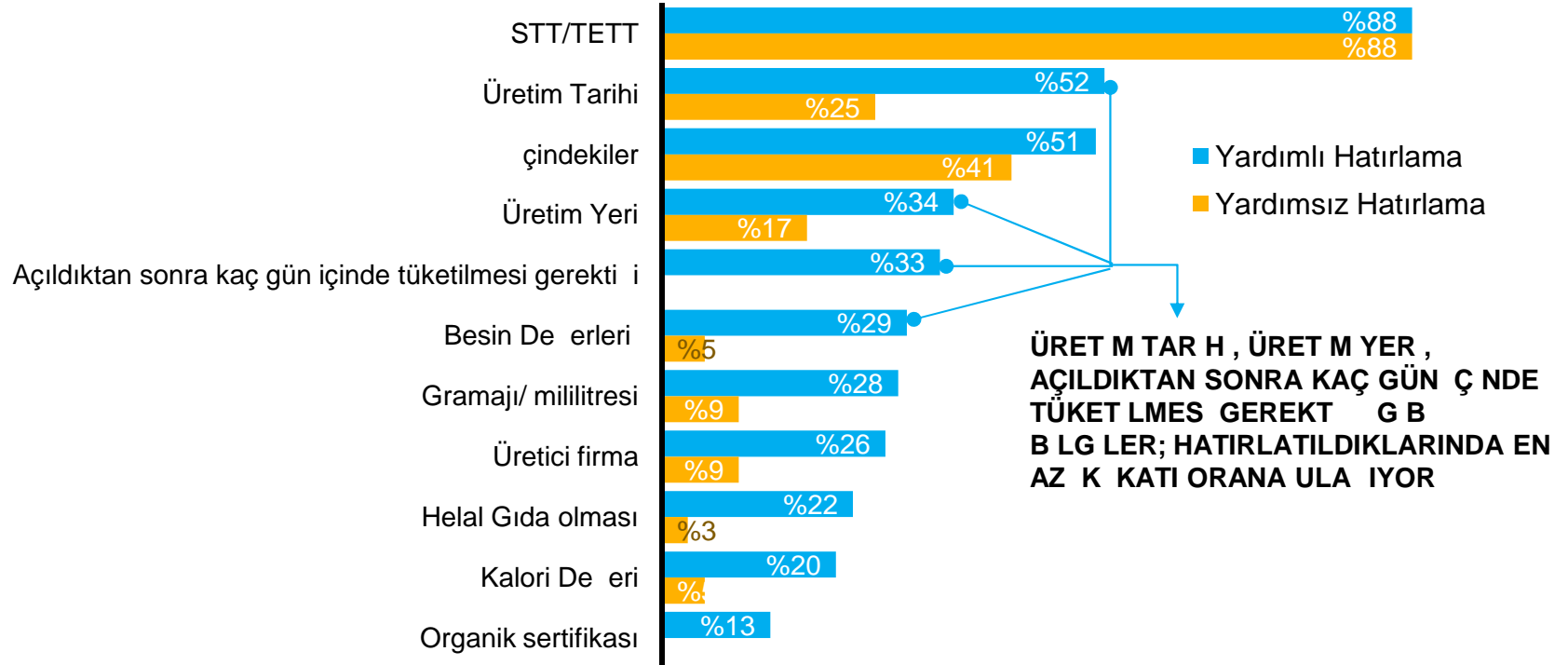
Q13. (HATIRLATMA YAPILARAK) Hangi bilgileri mutlaka inceliyorsunuz? Baz: Paket üstündeki yazıları okuyanlar,1437 kişi

ÜRETİM TARİHİ, ÜRETİM YERİ, AÇILDIKTAN SONRA KAÇ GÜN İÇİNDE TÜKETİLMESİ GEREKTİĞİ BİLGİLER; HATIRLATILDIKLARINDA DAHA YÜKSEK «MUTLAKA İNCELENEN» ORANLARINA ULAŞIYOR



GIDA PAKETLERİNİN ÜZERİNDE OKUNAN/ MUTLAKA İNCELENEN BİLGİ TÜRLERİ (%)

YARDIMSIZ vs. YARDIMLI KATI İLA TIRMALI

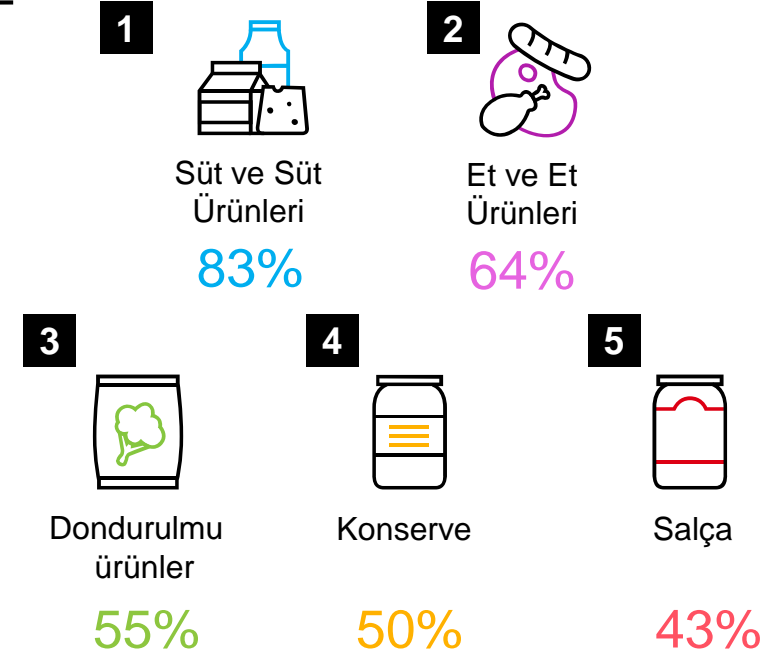
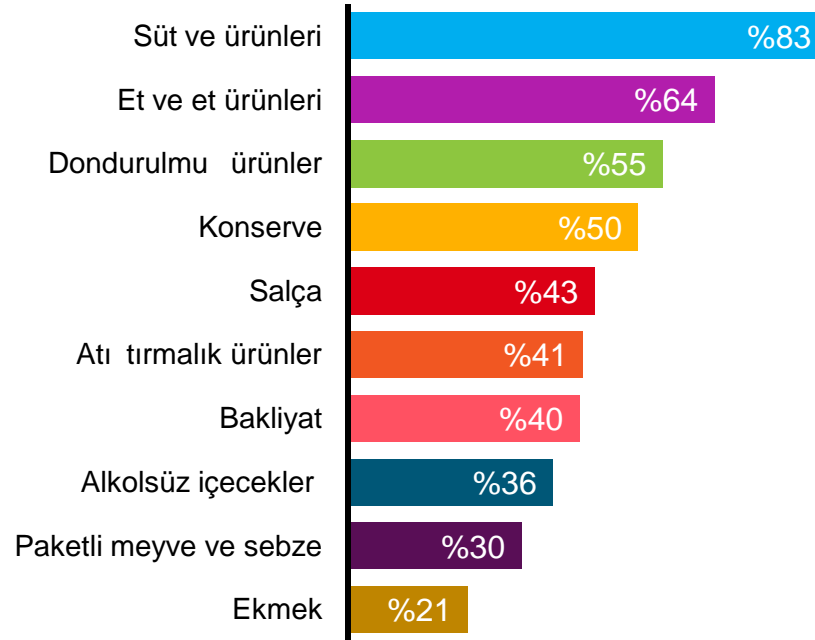


Q12. (HATIRLATMA YAPILMADAN) Gıda paketinin üstünde yazan hangi bilgileri okuyorsunuz? Baz: Paket üstündeki yazıları okuyanlar, 1437 kişi

Q13. (HATIRLATMA YAPILARAK) Hangi bilgileri mutlaka inceliyorsunuz? Baz: Paket üstündeki yazıları okuyanlar, 1437 kişi

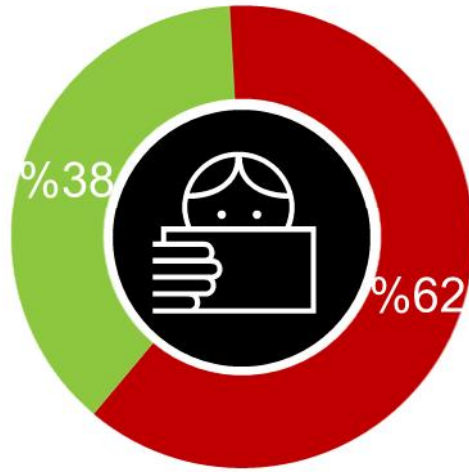
TÜKETİCİLERİN PAKET ÜZERİNDEKİ BİLGİLER EN ÇOK OKUDUĞU GIDA ÜRÜNLERİ, ET VE SÜT ÜRÜNLERİ, DONDURULMU ÜRÜNLER, KONSERVE VE SALÇALAR

PAKET ÜZERİNDEKİ BİLGİLERİN OKUNDUĞU ÜRÜNLER (%) -



Q11. Hangi ürünlerde paketin üstünde yazan bilgileri okuyorsunuz? Bazı: Paket üstündeki yazıları okuyan 1437 kişi [ÇOK CEVAP. YARDIMLI]

10 TÜKETİCİDEN 6'SI PAKET ÜZERİNDEKİ TARİH BİLGİLERİNİ ANLAŞILIR BULMUYOR

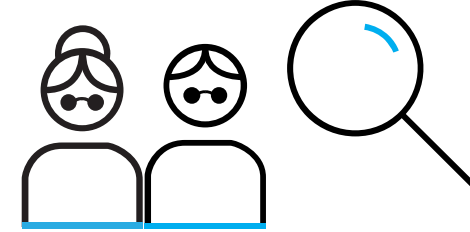


■ NET/ANLAŞILIR

■ NET/ANLAŞILIR DEĞİL

%62

PAKETİN
ÜZERİNDEKİ
TARİH
BİLGİLERİNİ
NET/ANLAŞILIR
BULMUYOR

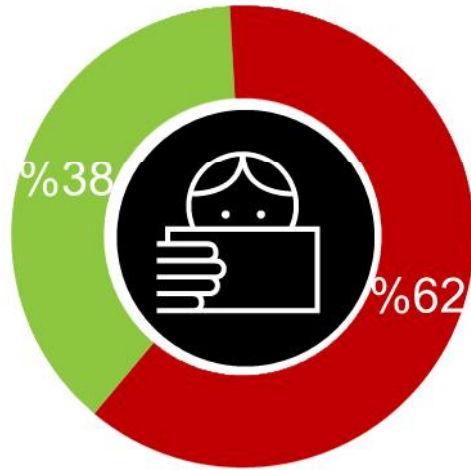


**ORTA ÜST YAŞLAR VE
KARADENİZ BÖLGESİNDE
YAŞAYANLAR EN ÇOK
ZORLANAN GRUPLAR
ARASINDA**

EN BÜYÜK SORUN: RAKAMLARIN OKUNAKLI OLMAMASI, ÇİÇE GEÇMES



Paketin üzerindeki **rakamların okunaklı olmaması, iç içe geçmesi** tarih bilgisinin anlaşılır olmasının önündeki en büyük engeldir. Bilgilerin kolay bulunamaması, rakamların silik çıkması ve birden fazla tarih yazması da tüketiciler tarafından **kafa karıştırıcı** bulunmaktadır.



■ NET/ANLAŞILIR

■ NET/ANLAŞILIR DEĞİL

%62

PAKETİN
ÜSTÜNDEKİ
TARİH
BİLGİLERİNİ
NET/ ANLAŞILIR
BULMUYOR

BİLGİLER NET/ANLAŞILIR BULMAMA NEDENLER (%)

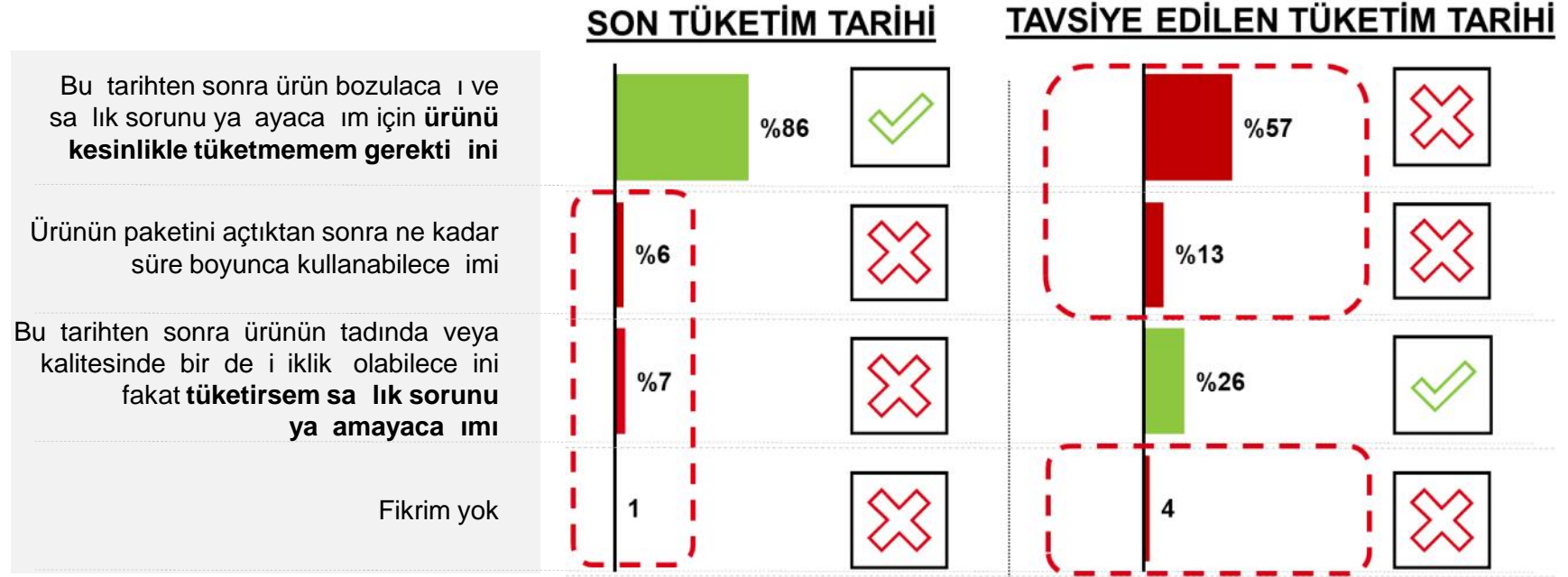
Rakamların okunaklı olmaması/ iç içe geçmesi	%55
Bilgilerin paket üzerinde kolay bulunamaması	%42
Rakamların silinmesi	%42
Ambalajın üstünde birden fazla tarih yazması	%38

Baz: Ambalajın üstündeki bilgileri net/anlaşılır bulmayan 965 kişi

Q15. Ambalajın üstünde yazan tarih bilgilerinizi net ve anlaşılır buluyor musunuz? Baz: Tüm Örneklem: 1545 kişi

... PEK , STT VE TETT B L N YOR MU?

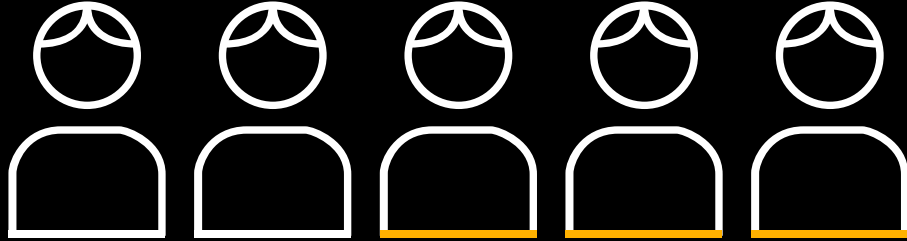
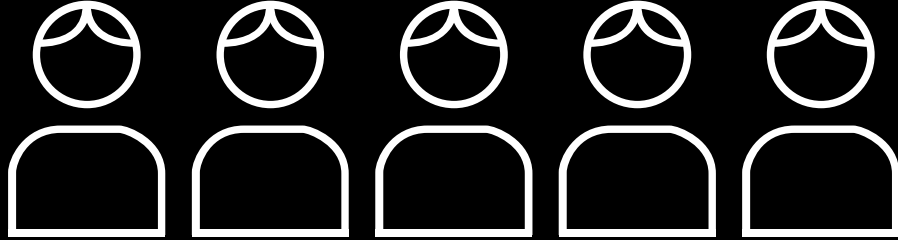
Her **10** tüketiciden **9'u** **Son Tüketim Tarihinin** anlamını do ru ekilde bilmektedir. **Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi** ise «Son Tüketim Tarihi» ile karı tırılmaktadır. Tüketicilerin **%74'u** tavsiye edilen tüketim tarihi **geçen** ürünü tüketmesinde sakınca olmadığını **bilmemektedir**.



Q18. Son Tüketim Tarihi size ne ifade ediyor? Baz: Tüm Örneklem, 1536 kişi

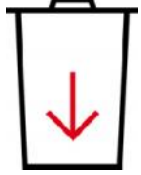
Q20. Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi size ne ifade ediyor? Baz: Tüm Örneklem, 1545 kişi

10 TÜKETİCİDEN...



SADECE **3'Ü**
TAVSİYELERİN
TÜKETİM TARH

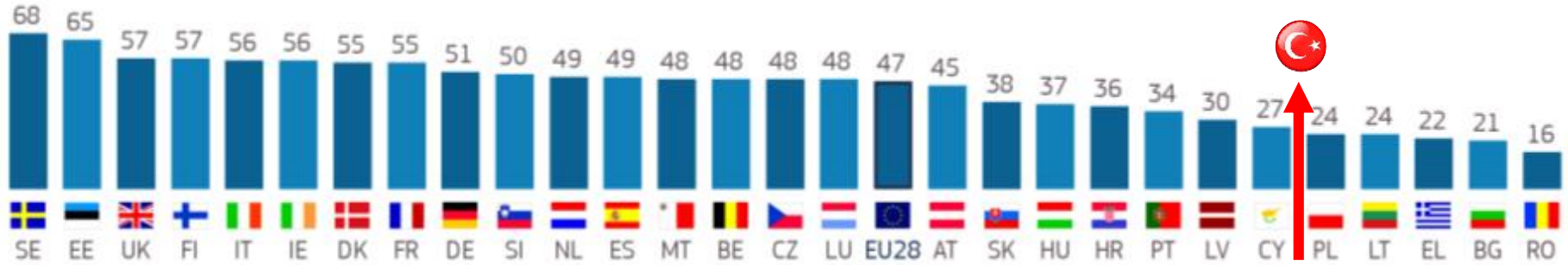
FADESİNİN DOĞRU
ANLAMINI BİLİYOR



TÜRKİYE %26'LIK «TETT'N» DOĞRU BULME ORANI İLE HAL HAZIRDA BİRÇOK AVRUPA ÜLKESİNİN GERİSİNDE YER ALMAKTADIR



Avrupa'daki tüketicilerin ortalama **%47'si** Tavsiye edilen tüketim tarihinden (**TETT**) sonra ürünün kalitesinde bir değişiklik olabileceğini fakat tüketilirse **sağlık sorunu yaşamayacağı**ını bilmektedir; Bu oran **en yüksek seviye %68** ve Estonya'da %65 iken, **Türkiye %26** ile Romanya, Bulgaristan, Litvanya ve Polonya ile benzer seviyelerde yer almaktadır.

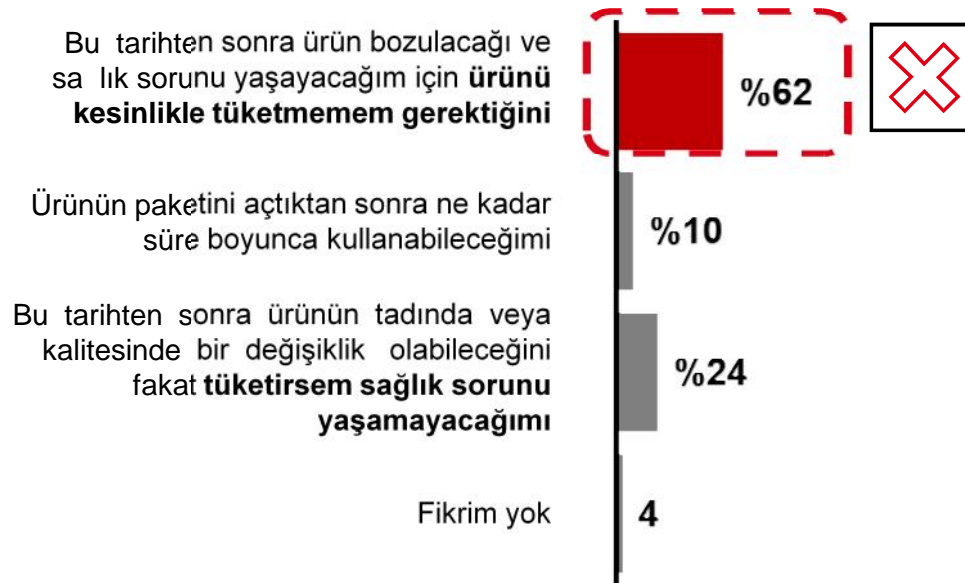


Kaynak: Flash Eurobarometer, «FOOD WASTE AND DATE MARKING», 2015; . Baz: 26.598

SON TÜKETİM TARİHİNİN ANLAMINI DOĞRU BLEN 10 TÜKETİCİDEN 6'SI TETTİLE ARASINDAKİ FARKI BİLMİYOR; «STT» İLE «TETT»İNİ KARIŞTIRIYOR



STT BLENLERE GÖRE TAVSİYE EDİLEN TÜKETİM TARİHİNİN TANIMI (%)

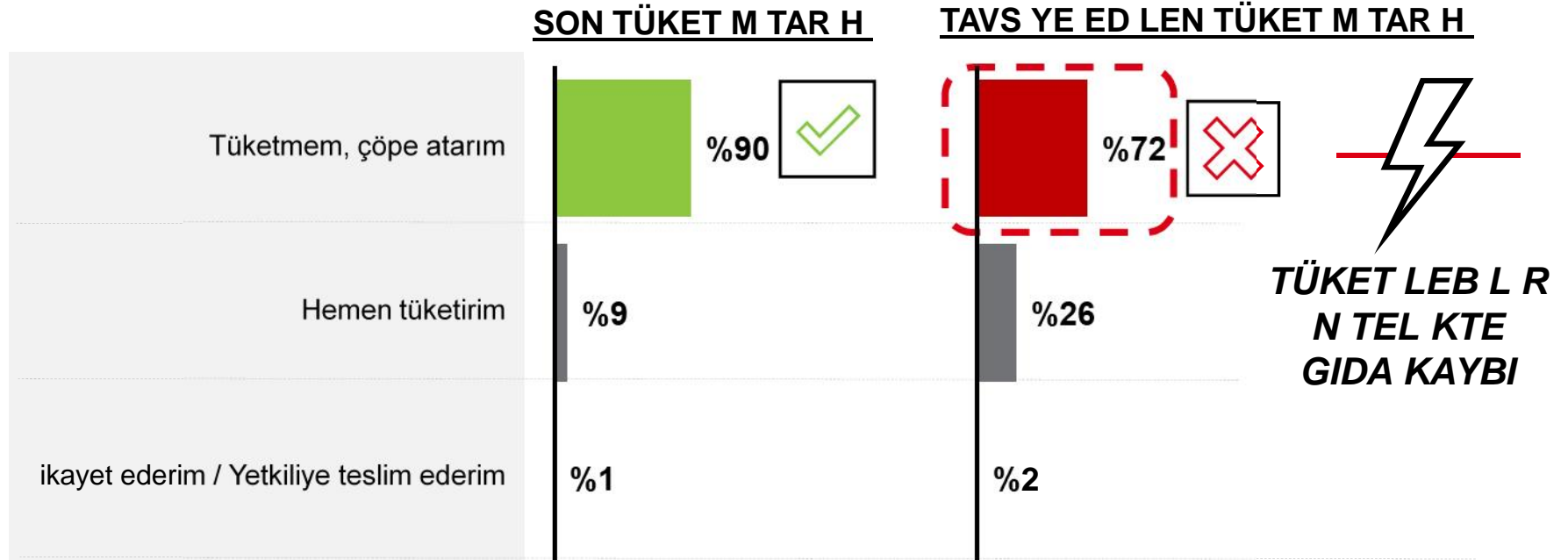


Q20. Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi size ne ifade ediyor? Bazı: Son Tüketim tarihini geçen ürünü kesinlikle tüketmemesi gerektiğini düşünen 1335 kişi

TAVSİYE EDİLEN TÜKETİM TARİHİ GEÇEN GIDALARI TÜKETMEK SAĞLIK AÇISINDAN RİSKLİ OLMASA DA BU ÜRÜNLER TÜKETİCİLER TARAFINDAN BÜYÜK ORANDA ÇÖPE ATILMAKTADIR

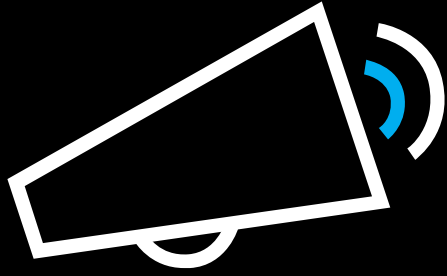


TETT ile STT arasındaki farkın net olarak bilinmemesinin de etkisiyle her 10 tüketiciden 7'si tavsiye edilen tüketim tarihi geçmiş ürünü çöpe atacağını belirtiyor.



Q19. Evinizde Son Tüketim Tarihi geçmiş gıda ürünü görürseniz ne yaparsınız? Baz: Tüm Örneklem, 1545 kişi

Q21. Evinizde Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi geçmiş gıda ürünü görürseniz ne yaparsınız? Baz: Tüm Örneklem, 1545 kişi



2 TÜKET C DEN 1'
KOLAY BOZULMAYAN
ÜRÜNLERDE DAH , ÜRÜN
AMBALAJINDA TETT YAZMAZSA
KES NLE KLE SATIN
ALMAYACA INI BEL RT YOR

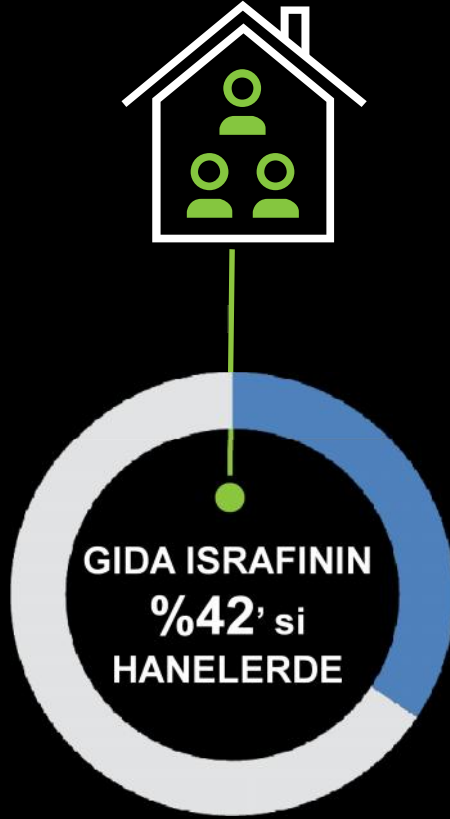
*TETT yazmasa kesinlikle satın almam + Tarih yazmazsa satın almayabilirim (%)

Q22. Pirinç, makarna, kahve veya çay gibi diğer kolay bozulmayan ürünlerin ambalajının üzerinde **Tavsiye Edilen Tüketim Tarihi** bilgisinin kaldırılması hakkında ne düşünüyorsunuz? Baz:1545

IV. ii. GIDA KAYBININ BOYUTU

EN ÇOK ATILAN ÜRÜNLER | GIDA KAYBINI AZALTMA STRATEJİLERİ





Gıda israfının %42'si haneler tarafından yapılmaktadır.

İngiltere'de her yıl 7 milyon tonu hanelerce olmak üzere 8.3 milyon ton gıda israf edilmektedir. İsrif edilen gıdanın 4.2 milyon tonu yenilebilir gıdalardan oluşmaktadır.

**BU DURUM İNGİLTERE'DE
HANELERDE HER HAFTA 6 TABAK
YEMENİN ÇÖPE GİTTİĞİNİ
GÖSTERMEKTEDİR.**

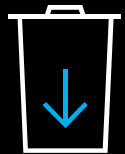
TÜKETİCİ TAHMİNİ



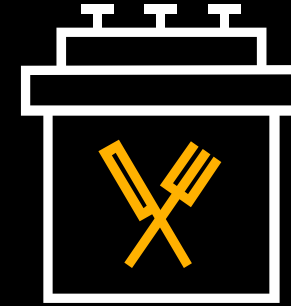
Sizce Türkiye'de pi ilen her 10 tabak yemekten kaç çöpe gitmektedir?



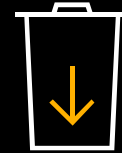
EVLERDE



HER **10** TABAK
YEMEKTE **3**'Ü



RESTORANLARDA

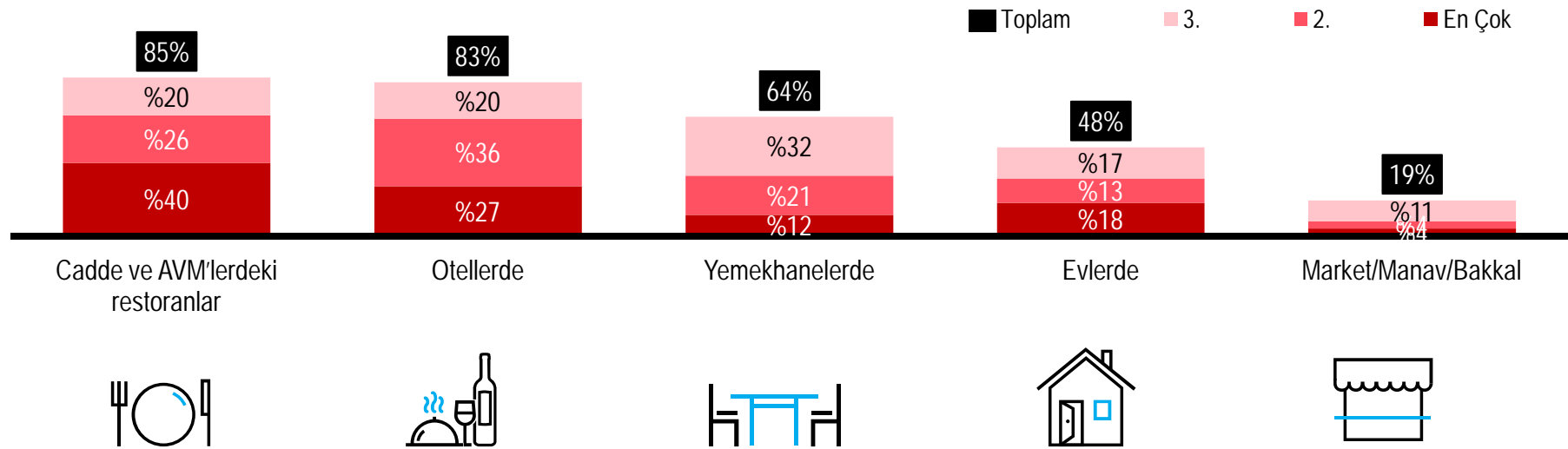


HER **10** TABAK
YEMEKTE **4.5**'i

Q29. Sizce Türkiye'de evlerde pi ilen her 10 tabak yemekten kaç çöpe gitmektedir? | Q30. Pekin'deki restoranlarda pi ilen her 10 yemekten kaç çöpe gitmektedir?
Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 kişi

RESTORANLAR GIDA KAYBININ EN ÇOK OLDU ĞU YER OLARAK ALGILANMAKTADIR. HER 2 K İŞİDEN 1'İ GIDA KAYBININ EN FAZLA OLDU ĞUNU DÜ ĞÜNDÜ ĞÜ LK 3 YER ARASINA HANELER DE DAHİL ETMEKTEDİR

GIDA KAYBININ FAZLA OLDU ĞU YERLER (%)

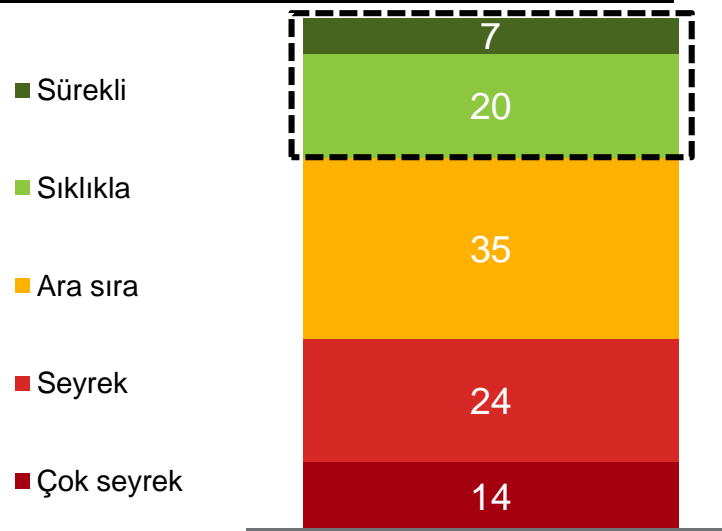


Q27. Haneleri, gıda satan yerleri ve dışarıda yemek yenen yerlerin tamamını düşününüzde gıda israfının fazla olduğu ilk 3 yeri söyler misiniz? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

GIDALARI DAHA UZUN SÜRE SAKLAMAK Ç N 10 HANEDEN 3'ÜNDE SÜREKL / SIKLIKLA EVDE KONSERVELİK ÜRÜN YAPILYOR

Reçel, salça gibi konservelik ürün yapımı çocuklu ailelerde daha yaygın.

KONSERVELİK ÜRÜN YAPMA SIKLI I (%)



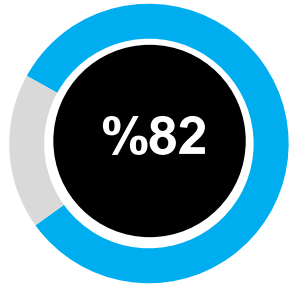
Çocuklu aileler gıdaları daha uzun süre saklamak için çocuksuz ailelere kıyasla daha fazla konservelik ürün yapıyor

*Sürekli + sıklıkla (%)
Çocuklu (%33) >Çocuksuz (%20)

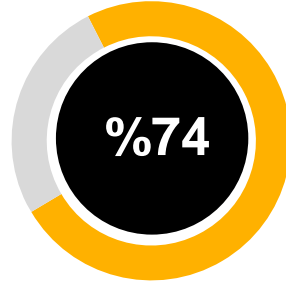
- Q24. Evinizde ne sıklıkla reçel, salça vb. konservelik ürün yapıyor? Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 ki i

GIDA ÜRÜNLERİNDE KÜFLENME, RENK DEĞİŞİMLERİ VE KILAVUZ TARİHİNİN GEÇMESİNE RAĞMEN TÜKETİCİLERİN ÜRÜNÜN BOZULDUĞUNA İZLENİMİ YAŞADIK; BU GIDALAR TETT/ STT BEKLENMEDEN ATILIYOR

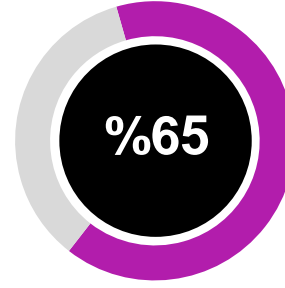
STT/ TETT GEÇMEYEN PAKETLİ GIDALAR NE ZAMAN ATILIYOR (%)



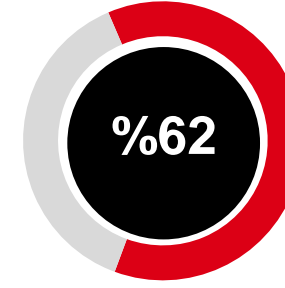
KÜFLENME



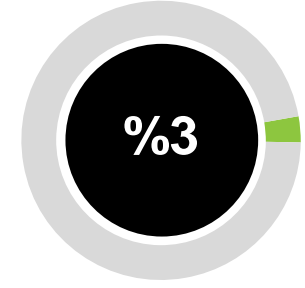
RENK DEĞİŞİMLERİ



KOKUSUNU BEKLENMEDEN



TADINI BEKLENMEDEN



ATMAM

EN ÇOK ÇÖPE ATILAN GIDALAR



42%

MEYVE
VE SEBZE



41%

SÜT VE SÜT
ÜRÜNLER

(süt, ayran, yo urt,
kefir, peynir vb)



23%

EKMEK



18%

DONDURULMU
ÜRÜNLER



17%

ALKOLSÜZ
ÇECEKLER

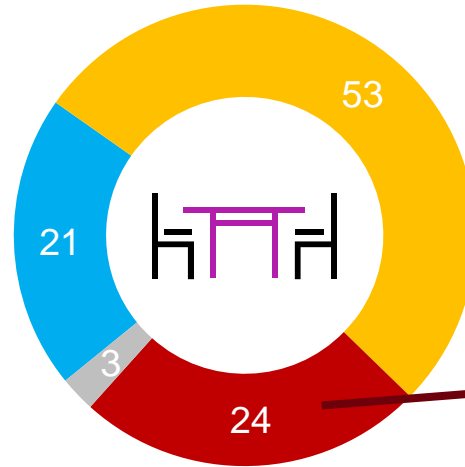
5 KİŞİ DEN 1'İ RESTORANDA BİTİREMEDİĞİ YEMEKLER «HER ZAMAN» PAKET YAPTIRIYOR FAKAT, TEKLİF RESTORANDAN GELİRSE PAKET YAPTIRMAYANLARIN DA YARISI FİYATINDE TERCİHİN BELİRTİYOR

YENİLEMİYEN YEMEKLER PAKET YAPTIRMA EĞİLİMİ

%



Restorandan ayrılırken %21'i yiyemediğini yiyemediğini «her zaman» paket yaptırıyor



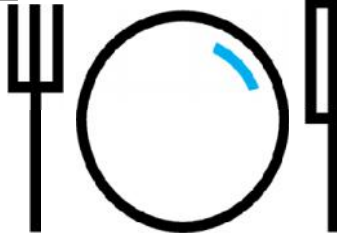
Restoran yiyemediğini yemeğini paket yapmayı teklif etse %50'si kabul eder

■ Her zaman ■ Bazen ■ Hayır, paket yaptırmam ■ Dışarıda yemek yemiyorum

Q31. Restorandan ayrılırken yiyemediğiniz yemekleri paket yaptırır mısınız? Bazı: Tüm örneklem, Toplam 1545 kişi

Q32. Restoran size yiyemediğiniz yemeğinizi yanınıza vermeyi teklif etse kabul eder misiniz? Bazı: Paket yaptırmayanlar: 377

TÜKETİCİLERİN YARISI BÜYÜK PORSİYONLARIN İSRAF OLDUĞUNU DÜŞÜNSE DE, 10 KİŞİDEN 6'SI GIDA KAYBINI AZALTMAK İÇİN AYNI FİYATA PORSİYONLARIN KÜÇÜLMESİNE RAZİ DEĞİL

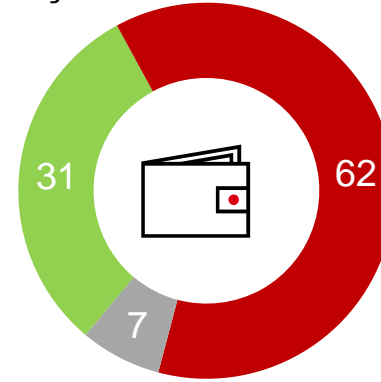


%52

Büyük porsiyonların gıda israfı olduğu düşünülüyor



SRAFI AZALTMAK İÇİN AYNI FİYATA PORSİYONLARI KÜÇÜLTMEYE KARŞI YAKLAŞIM (%)



- Fiyat değişmeden porsiyonlar küçülebilir
- Fiyat değişmeden porsiyonlar küçülmemeli
- Fikri yok

Q33. Büyük porsiyonların gıda israfı olduğu düşünülüyor musunuz? Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 kişi

Q34. Restoranlar gıda israfını azaltmak için yemeğin fiyatını düşürmedikçe büyük porsiyonlarını küçültse nasıl karşılırsınız?

TÜKETİLEBİLİR NİTELİKTE OLMASINA RAĞMEN, GÖRSEL NEDENLERLE SATIĞA SUNULMAYAN YİYECİKLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ SAKINCA LI GÖRÜLMÜYOR

TÜKETİLEBİLİR NİTELİKTE SATIĞA SUNULMAYAN YİYECİKLERE NE YAPILMALI? %

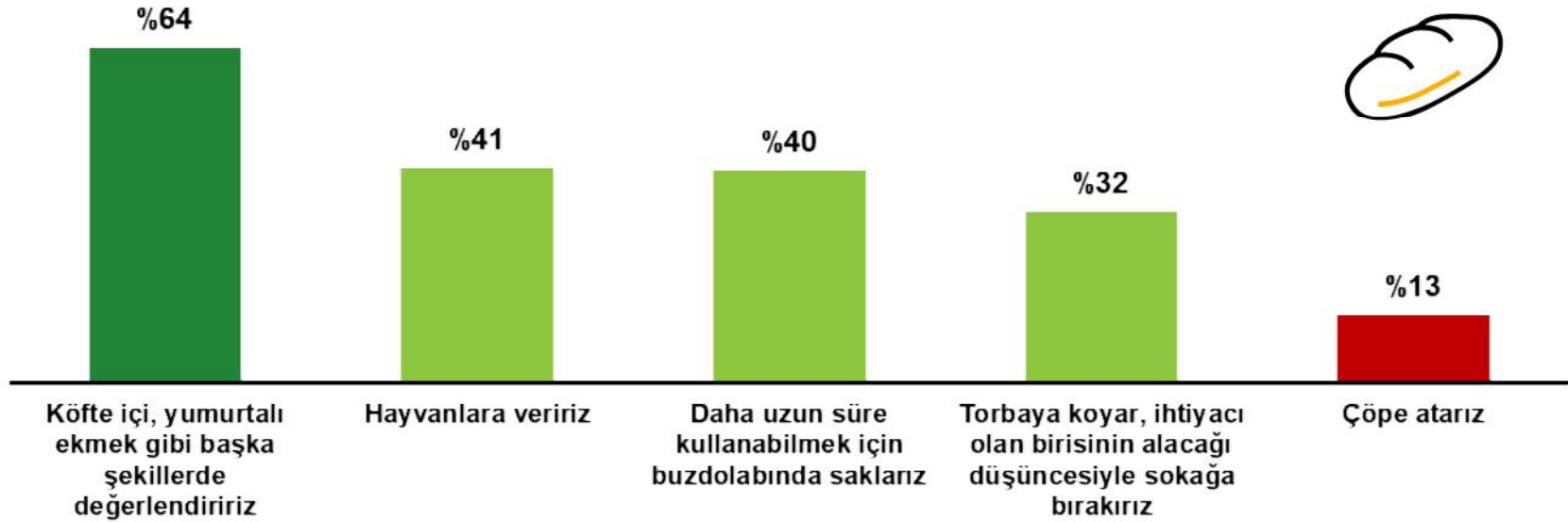


Q35. Bazı yiyecekler tüketilebilir nitelikteyken, diğ er görünüşü , fazla üretim, ambalaj hatası vb nedenlerle satışa sunulmamaktadır. Sizce bu ürünlere ne yapılmalı?
Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

10 K DEN 6'SI BAYATLAYAN EKMEKLER BA KA Y YECEKLER N YAPIMINDA DE ERLEND R YOR

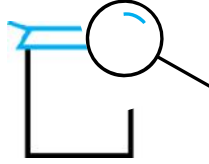
BAYATLAYAN EKMEKLER DE ERLEND RME

%



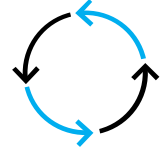
Q36. Evinizde bayatlayan ekmekleri ne yapıyorsunuz? Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 ki i

PLASTİK AMBALAJLAR GENEL KİLE ÇÖPE ATILIRKEN, CAM VE TOPRAK KASELER EVDE DE ERLENDİRİLİYOR



	%					
	Cam Kavanozlar	Plastik İler	Cam İler	Toprak Kaseler	Plastik Yo urt Kapları	Plastik Meyve ve Sebze Ambalajları
Çöpe Atıyorum	16	54	26	33	53	65
Evde Kullanıyorum/ De erlendiriyorum	75	25	62	58	29	19
Geri Dönü ümlü Çöp Kutularına Atıyorum/Geri Dönü üm için Ürün Toplayan Kurulu lara Teslim Ediyorum	9	21	13	9	18	16

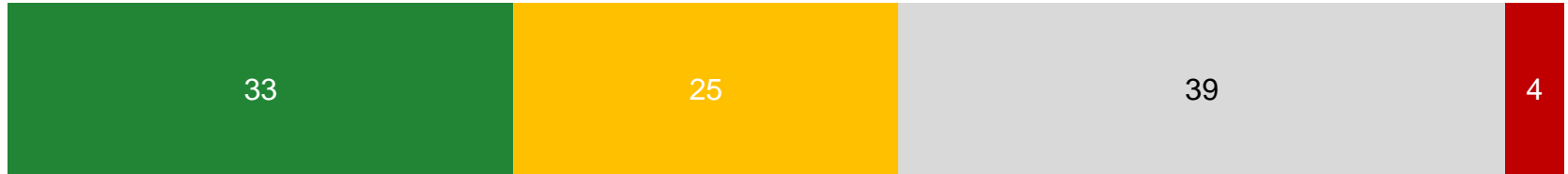
Q42.Gıda ürünlerinin ambalajlarını ne yapıyorsunuz? Baz: Tüm Örneklem,1545 ki i



10 KİŞİ DEN SADECE 3'Ü MAHALLESİNDEKİ GERİ DÖNÜM NOKTALARINI KULLANIYOR

GERİ DÖNÜM NOKTALARININ KULLANIMI

%



■ Kullanıyorum ■ Geri dönüşüm noktası var ama kullanmadım ■ Geri dönüşüm noktası yok ■ Geri dönüşüm noktasını ilk defa duydum

Q41 Yaşadığınız mahallede geri dönüşüm türülebilir atıkları toplamak üzere geri dönüşüm noktalarını kullanıyor musunuz? Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 kişi

KIZARTMA YA LARINI LAVABOYA DÖKENLER AZINLIKTA YAYGIN DAVRANI TEKRAR KULLANMAK; ANCAK 10 K DEN YALNIZCA 1' ATIK YA LARINI TOPLAYAN KURUMLARIN B L NC NDE VE ATIK YA LARINI BU KURUMLARA VER YOR.

KIZARTMA YA LARINI DE ERLEND RME

%

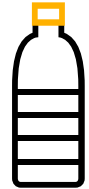


■ Tekrar kullanırım

■ Atık ya ları toplayan çe itli kurumlara veririm

■ İ e/plastik kap gibi kapalı bir eye doldurur öyle çöpe atarım

Lavaboya dökerim



Q40. Yemek/kızartma sonrası kalan ya ları ne yapıyorsunuz? Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 ki i

IV. iii. TÜKETİCİLERİN GIDA KAYBINI AZALTMAYA YÖNELİK FAKİRLERE OLAN YAKLAŞIMI



TÜKETİCİLER TAZELİNDEN EMİN OLMAK İLE ARTIYLA DİLİMLENME MEYVE TÜKETMEYE SICAK BAKIYORLAR



Q37. Dilimlenmiş meyve (karpuz, kavun vb.) satın alırsınız mı? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

HAZIR BIR Ö ÜNLÜK MALZEMELER ALMAYA SICAK BAKANLAR AZINLIKTA; FİYAT, TEMİZLİK VE KALİTE ENDELER BU ÜRÜNLERİN SATILMASININ ÖNÜNDEKİ EN BÜYÜK ENGEL



22%

HAYATI
KOLAYLA TIRDI İ
ÇİN ALIRIM

20%

MALZEME
ARTMAYACA İ ÇİN
ALIRIM

34%

DÜ ÜK
KALİTE
SEBZELERDEN
HAZIRLANDI İ
ÇİN ALMAM

32%

MALZEMELER
AYRI ALMAK DAHA
UCUZ OLDU İ
ÇİN ALMAM

42%

Y
TEMİZLENMEDİ İ /
AYIKLANMADI İ
ÇİN ALMAM

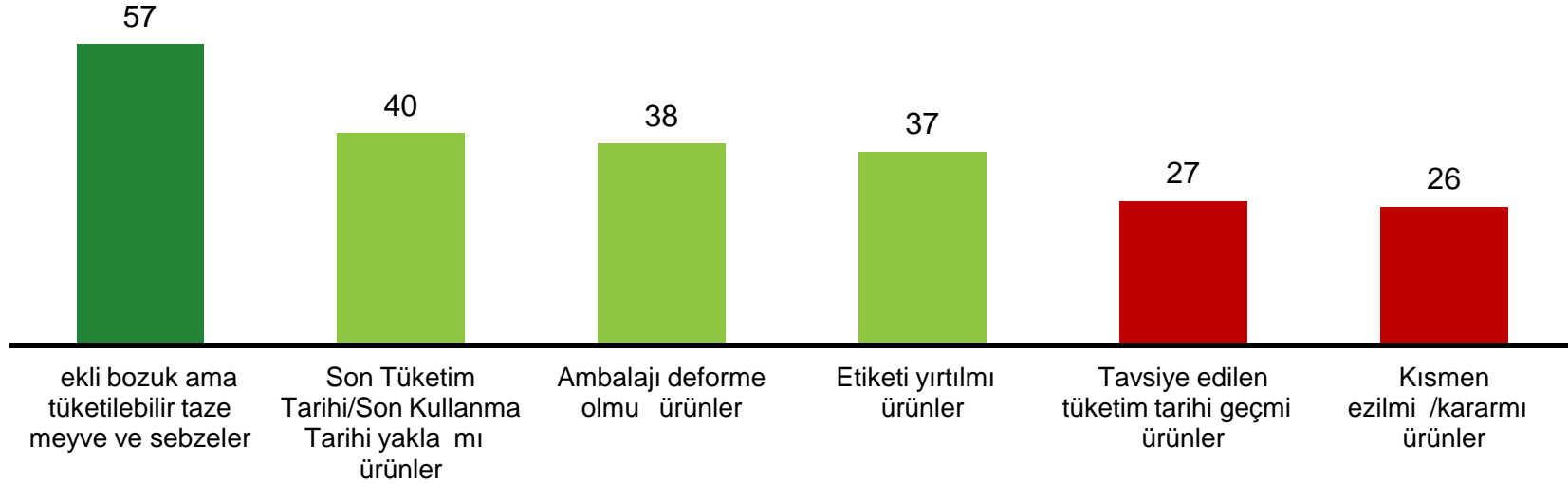
Q38. Evde yemek piyirileceğini düşünün, yemekte kullanılacak tüm malzemeleri ayıklanmış, temizlenmiş ve o gün taze olarak hazırlanmış şekilde 1 ö ünlük porsiyonda satılıyor olsa satın alırmıydınız? Baz: Tüm örneklem, 1545 kişi

DAHA UYGUN FİYATA SATILIRSA...

HER 10 K DEN 6'SI EKLE BOZUK MEYVE/ SEBZEN N AYRI B R REYONDA SATILMASINA SICAK BAKIYOR; FAKAT ALINDIKTAN SONRA KISA SÜREDE BOZULACAK ÜRÜNLER DAHA UYGUN FİYATA SATILSA BİLE ALMAYI TERCH ETMİYOR

UYGUN FİYATTAN AYRI REYONDA SATILMASI TERCH EDİLEN ÜRÜNLER

%



Q28. Marketlerdeki gıda israfını azaltmak için ambalajı deforme olmuş /son tüketim tarihi yaklaşımlı ürünler sizce ayrı bir reyonda daha uygun fiyata satılmalı mı?
Baz: Tüm örneklem, Toplam 1545 kişi

V. SONUÇ VE ÖNERİLER

SONUÇ VE ÖNERİLER



1 ET KET OKUMA VE TETT B L NC

Bulgu	Öneri	Kim?
Çabuk bozulan gıda ürünlerinde tüketiciler genelinde paketin üzerindeki - özellikle tarih bilgilerini okuma davranışı hakim; buna karşın tüketicilerin %62'si paketin üzerindeki tarih bilgilerini net/anlatılır bulmuyor . Rakamların iç içe geçmesi/ okunaklı olmaması en büyük şikâyet nedenleri arasında.	Rakamların okunaklı yazılması ya da farklı uygulamalar geliştirilmesi	Üreticiler

SONUÇ VE ÖNERİLER



2 ETİKET OKUMA VE TETT BİLİNCİ

Bulgu	Öneri	Kim?
SKT-Son Tüketim Tarihi tüketicilerin çoğu tarafından bilinirken, TETT- Tavsiye Edilen Tüketim Tarihinin «STT» ile ciddi oranda karıştırıldı ve görülüyor. Bu durum tüketilmesi açısından uygun olan tüketilebilir gıdanın %72 tüketicisi tarafından çöpe atılmasıyla sonuçlanmaktadır.	Etiket okuma ile ilgili tüketicilere yönelik farkındalık çalışmaları yapılması ve rehberler hazırlanması	Gıda Güvenliği Derneği ve ilgili paydaşlar
	MEB işbirliği ile öğrencilere STT ve TETT'nin anlatılması	
	STT ve TETT konusunda üreticilere yönelik rehber hazırlanması	
	Üreticilere yönelik raf ömrü eğitimleri düzenlenmesi	

SONUÇ VE ÖNERİLER



2 ET KET OKUMA VE TETT B L NC

Bulgu	Öneri	Kim?
SKT-Son Tüketim Tarihi tüketicilerin ço u tarafından bilinirken TETT-Tavsiye Edilen Tüketim Tarihinin «STT» ile ciddi oranda karı tırıldı ı görülüyor. Bu durum tüketilmesi sa lık açısından uygun olan tüketilebilir gıdanın tüketicilerin %72si tarafından çöpe atılmasıyla sonuçlanmakta.	Kamu spotu ile STT ve TETT'nin farkındalı ının yaratılması	Tarım ve Orman Bakanlığı
	TETT mevzuatının netle tirilmesi ve STT'nin mevzuatla belirgin hale getirilmesi	
	TETT'si geçmi ürünlerin ba ı ve satı ı için mevzuatın düzenlenmesi	
	Üreticilerin sosyal medya üzerinden STT ve TETT tanımlarına yönelik bilgilendirme ve farkındalık yaratma çalı maları	Payda lar

SONUÇ VE ÖNERİLER



3 § GIDA KAYBININ BOYUTU

Bulgu	Öneri	Kim?
<p>Evde pişirilen her 10 tabak yemekten 3, restoranlarda ise 4,5 tabak yemeyenlerin çöpe atıldığı düşünülmektedir. Restoranlarda gıda kaybını azaltmak için porsiyonların küçültülmesi fiyat avantajı olursa kabul görmektedir.</p> <p>Gençlerde yenmeyen yiyecekleri paket yaptırmaya alıkanlı daha azdır.</p> <p>Teklif restorandan gelse bile gençlerin bu davranışta değişimlere ihtiyaçları vardır.</p>	<p>Ürünler açıldıktan sonra muhafaza koşullarının etikette verilmesi</p> <p>Tüketicilere yönelik farkındalık çalışmalarının yapılması</p>	<p>Tarım ve Orman Bakanlığı</p> <p>Gıda Güvenliği Derneği</p>

SONUÇ VE ÖNERİLER



4 4 GIDA KAYBININ BOYUTU

Bulgu	Öneri	Kim?
<p>Hanelerde yemek piirilirdikten sonra sadece 1 kez ısıtılaca ı algısının hakim olması gıda kaybının da artmasını neden olmaktadır;</p> <p>Evlerde en çok çöpe atılan gıdalar: Meyve, sebze, süt & süt ürünleri ve ekmektir.</p> <p>Ekmekte gıda kaybının önlenmesinde toplumsal duyarlılık ve farkındalık olu ması sayesinde hanelerin %87'sinin bayatlayan ekmekleri de erlendirdi i gözlemlenmektedir.</p>	<p>Yemek pi irme ve muhafaza ile ilgili tüketicilere yönelik rehber hazırlanması ve tüketicilerin bilgilendirilmesi</p>	<p>Gıda Güvenli i Derne i</p>

SONUÇ VE ÖNERİLER



5 GIDA KAYBINI AZALTMA STRATEJİLERİ

Bulgu	Öneri	Kim?
Tüketicilerin 77% indirimdeki ürünlerin son tüketim tarihini mutlaka kontrol ediyor.	Son tüketim tarihi yakla mı ürünlerin özel raflarda bilgi verilerek satılması yönteminin yaygınla tırılması	Satı noktaları
10 ki iden 6'sı ekli bozuk meyve/ sebzenin daha uygun fiyattan satılmasına sıcak bakıyor.	Sadece ekileri bozuk oldu u için raflarda yer bulamayan bu yiyeceklerin <u>güvenle</u> tüketilebilece i konusunda tüketici bilincinin arttırılması	lgili payda lar

TE EKKÜR EDER Z...



Bu araştırma logoları yukarıda yer alan firmaların kıymetli katkılarıyla yapılmıştır.
Logolar alfabetik sıralanmıştır.