

Cofleidio'r Di-siâp



Nid oedd llysiau a ffrwythau a oedd yn ddi-siâp, yn rhy fawr, yn rhy fach ac yn ddiffygiol byth yn cyrraedd silffoedd ein harchfarchnadoedd tan yn ddiweddar. Mae hyd at 40% o lysiau cynydau'n gallu cael eu gwastraffu oherwydd gofynion archfarchnadoedd o ran edrychiad y cynnyrch, ond pryd, neu a wnaethon ni benderfynu bod prydferthwch yn bwysicach na blas? Pam mae llysiau di-siâp hyd yn oed yn destun trafod? Ac a ydyn ni yn erbyn ffrwythau a llysiau di-siâp fel mae adwerthwyr yn ei feddwl? Mae'r galw am lysiau di-siâp ar gynydd ac mae hyd yn oed wedi cael ei alw yn un o'r ffasiynau bwyd sydd ar gynydd yn 2017 a 2018. Felly, sut gall hyn fod o fudd i dyfwr yng Nghymru?

Beth ydy'r rheswm am Lysiau Di-siâp?

Hyd at 2009, roedd yna ganfyddiad anghywir yn aml na allai adwerthwyr werthu unrhyw ffrwythau a llysiau nad oedden nhw'n edrych yn "berffaith". Ond daeth rheolau i rym yn 2009 a oedd yn symleiddio sut gallai adwerthwyr farchnata cynnyrch heb gamarwain defnyddwyr. Felly, cyhyd â'u bod yn rhydd rhag plâu neu glefydau, ac nad ydyn nhw wedi pydru, a'u bod wedi cael eu labelu â'r wlad lle cawsant eu tyfu, mae adwerthwyr yn gallu eu marchnata fel sy'n addas yn eu tyb nhw¹.

Ond bron i 10 mlynedd yn ddiweddarach a gyda hyd at 40% o lysiau cynydau'n dal yn cael eu gwastraffu oherwydd gofynion archfarchnadoedd² o ran edrychiad y cynnyrch, ydyn ni wedi dod yn rhy gyfarwydd â'r llysiuyn perffaith? O ble daw safonau esthetig archfarchnadoedd? Ydy hyn o ganlyniad i'n harferion prynu ni?

Mae ymchwil gan y darparwr dadansoddeg Blue Yonder yn awgrymu fel arall, a ddatgelodd y llynedd, fod 73% o siopwyr yn fodlon prynu ffrwythau a llysiau nad ydyn nhw'n berffaith. Ar ben hynny, canfu Blue Yonder fod 90% o siopau groser yn teimlo y byddai eu cwsmeriaid yn prynu llysiau neu ffrwythau amherffaith am bris rhatach. Roedd arolwg Blue Yonder wedi holi 2000 o ddefnyddwyr ar draws y DU, UDA, Ffrainc a'r Almaen a fydden nhw'n prynu ffrwythau a llysiau di-siâp, a gwelwyd y byddai 81% o'r rheini a oedd yn siopa mewn archfarchnadoedd ac mewn adwerthwyr disgownt yn prynu ffrwythau a llysiau amherffaith³.

1. <https://www.gov.uk/guidance/comply-with-marketing-standards-for-fresh-fruit-and-vegetables#specific-marketing-standard>
2. <https://www.wonkyvegboxes.co.uk/>
3. <https://www.newfoodmagazine.com/news/34349/consumers-fruit-vegetables-incentivise/>



Dros y blynyddoedd diwethaf, rydyn ni wedi bod yn deffro i realiti gwastraff bwyd ar ôl datgelu bod y sector yn cynhyrchu 10 miliwn tonnall o wastraff bwyd bob blwyddyn⁴. Roedd cogyddion enwog fel Jamie Oliver a Hugh Fearnley-Whittingstall hefyd wedi helpu i dynnu sylw at y mater, sydd wedi ysgogi newid yng nghanfyddiad defnyddwyr am wastraff bwyd. Rydyn ni nawr yn chwarae ein rhan i ddefnyddio mwy o'r bwyd rydyn ni'n ei brynu bob wythnos. *Gyda'n gilydd, rydyn ni'n arbed £3.4 biliwn y flwyddyn wrth gymharu â 2007, heb sôn am arbed 5.0 miliwn tonnall o CO2 – mae hynny'n gyfystyr â thynnu 2.2 miliwn o geir oddi ar y ffordd⁵.*

O ganlyniad, mae archfarchnadoedd y DU nawr wedi ymrwmo i leihau gwastraff bwyd a diod un rhan o bump erbyn 2025. Mae hyn yn rhan o [Ymrwymiad Courtauld](#), ac ers mis Tachwedd 2017, mae TyfuCymru yn falch o fod yn un o'r rheini sydd wedi ymrwmo i Ymrwymiad Courtauld 2025. Mae WRAP yn gweithio gyda nifer o gadwyni cyflenwi sydd wedi ymrwmo i Courtauld 2025 i gasglu data a safbwyntiau gan dyfwr a chyflenwyr. Bydd hyn yn cael ei ddefnyddio i fireinio'r ymarfer gorau a fydd yn cael ei rannu drwy'r sector i sicrhau hyd yn oed mwy o effaith.

Ble rydym ni nawr?

Ddwyllynedd yn ôl, Asda oedd yr archfarchnad gyntaf yn y DU i dreialu 'llysiau di-siâp'. Roedd ymchwil ymhlith cwsmeriaid yn dangos bod 65% o gwsmeriaid Asda yn agored i'r syniad o llysiau di-siâp ac mae 75% yn cael eu denu gan y pris is o lawer. Ers hynny maen nhw nawr yn danfon 20 blwch i 300 o siopau bob dydd lau, gan helpu 300 tonnall ychwanegol o llysiau di-siâp i gyrraedd ein silffoedd. Roedd yr ymateb i'r treial wedi ysbrydoli Asda i ailedrych ar eu holl fanylebau ar gyfer eu cynnyrch er mwyn caniatáu i fwy o ddiffygion ar y croen, meintiau a siapiau rhyfedd gyrraedd y silffoedd. Roedden nhw'n arfer caniatáu i 10% o foron â diffygion cosmetig gyrraedd ein silffoedd fel rhan o'r brand Grower's Selection, ond ym mis Mai llynedd roedden nhw wedi cynyddu hyn i 40%⁶.

Dywed Asda: *Mae arferion prynu cwsmeriaid a'u disgwyliadau o sut dylai eu llysiau edrych yn sicr wedi newid ers lansio'r blychau. Mae pobl yn ymwybodol iawn o flas ac oes sillf pan fyddan nhw'n meddwl am ansawdd, ond nid ydyn nhw'n poeni cymaint am ymddangosiad gwledol eu cynnyrch ffres.*

Yn dilyn ôl troed Asda, mae Tesco wedi lansio ffrwythau a llysiau Perfectly Imperfect⁷. Dywed Tesco: *"Mae afalau Perfectly Imperfect wedi cynyddu faint o gnwd gallwn ni ei gymryd i 97% (i fyny o 87%), ac mae ein mefus Perfectly Imperfect yn golygu ein bod yn gallu cymryd 95% (i fyny o 88%)."*

Mae'r un peth yn wir ar gyfer Sainsburys a Morrisons. Dywedodd llefarydd ar ran Sainsburys: *"bydd pannas sy'n cael eu gwerthu dan ein brand Basics yn cynnwys llysiau mawr, bach, pigfain a hyd yn oed 'di-siâp' yn y bag."*⁸

4. <http://www.wrap.org.uk/food-waste-reduction>
5. <https://www.lovefoodhatewaste.com/it-all-adds-up/>
6. <https://corporate.asda.com/blog/2018/03/28/how-our-wonky-veg-boxes-have-changed-what-youll-see-in-our-produce-aisles>
7. <https://www.tescoplc.com/news/blogs/topics/expanding-our-perfectly-imperfect-wonky-fruit-range-tesco/>
8. <https://www.thegrocer.co.uk/home/topics/waste-not-want-not/is-the-wonky-veg-revolution-happening-at-last/539812.article>



Roedd Morrisons hefyd wedi ymrwmo i werthu rhagor o ffrwythau a llysiau tymhorol di-siâp, rhy fawr, rhy fach a diffygiol ar ôl gwrando ar bryderon cwsmeriaid am wastraff bwyd. Mae wedi ymrwmo i gynyddu ei ystod o gynnyrch di-siâp tymhorol 50% i 33 gan gynnwys ffrwythau ciwi ac afocados. Mae hefyd yn lansio ei gynnyrch di-siâp wedi'i rewi cyntaf, 1kg o Aeron Di-siâp, a bydd yn hysbysebu'r cynnyrch ar y teledu am y tro cyntaf mewn ymdrech i wneud eu hunain yn fwy derbyniol ymysg defnyddwyr⁹.

Datblygiad y di-siâp...beth ydy'r cyfleoedd?

Blychau Llysiau

Mae nifer o gynlluniau blychau llysiau wedi ymddangos dros y blynnyddoedd diwethaf, ac nawr mae blychau llysiau di-siâp yn dechrau dod i'r amlwg. Yn ôl erthygl ddiweddar yn y Grocer, mae'r farchnad blychau llysiau yn tyfu:

Roedd marchnad organig y DU wedi tyfu 6% yn 2017, sy'n golygu ei bod bellach werth £2.2bn enfawr, yn ôl adroddiad a gyhoeddwyd gan Gymdeithas y Pridd ym mis Chwefror. Yn rhan o hyn, roedd gwerthiannau organig danfon i'r cartref, gan gynnwys cynlluniau blychau, wedi tyfu 9.5% y llynedd, ffigur trawiadol, yn enwedig wrth gymharu â'r twf o 4.2% mewn gwerthiannau organig yn yr archfarchnadoedd (er bod hyn o waelodlin fwy)¹⁰.

Oddbox oedd y cyntaf yn Llundain i ddechrau gwerthu ffrwythau a llysiau di-siâp mewn blychau drwy danysgrifiad. Mae nawr wedi creu partneriaeth gyda 26 o dyfwyr lleol ac mae'n prynu o ymhellach i fwrdd i brynu'r stoc dros ben o nwyddau sydd wedi cael eu gwrthod gan yr archfarchnadoedd. Gwelodd y fenter gymdeithas ei gwerthiant yn tyfu 900% anhygoel y llynedd¹¹.

Mae Wonky Veg Boxes yn gwmni arall sy'n danfon blychau o ffrwythau a llysiau di-siâp, maen nhw'n dweud mai eu nod ydy nid dim ond gwerthu llawer o lysiau di-siâp ond normaleiddio prynu a bwyta llysiau di-siâp. Maen nhw'n teimlo y dylem anelu at system lle caiff llysiau eu graddio dim ond yn ôl a ydyn nhw'n addas i'w bwyta gan bobl ai peidio.

Newidiadau mewn canfyddiadau

Oeddech chi'n gwybod bod llysiau di-siâp wedi cael eu galw yn ffasiwn bwyd y flwyddyn yn 2017¹² ac yn 2018? Mae hyn yn dangos i ba raddau mae canfyddiadau defnyddwyr yn newid¹³.

Mae sêr fel Jamie Oliver wedi helpu drwy ddefnyddio rhaglenni teledu fel rhaglen deledu Channel 4, Friday Night Feast, i godi ymwybyddiaeth o'r broblem ac i newid canfyddiadau defnyddwyr.

- <https://metro.co.uk/2018/04/04/morrisons-start-selling-wonky-veg-cheaper-price-cut-waste-7440967/>
- <https://www.thegrocer.co.uk/channels/online/why-the-time-is-now-for-fresh-produce-box-companies/568456.article>
- <https://www.virginstartup.org/how-to/oddbox-how-were-scaling-our-wonky-fruit-and-veg-delivery-business>
- <http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/mintel-announces-six-key-global-food-and-drink-trends-for-2017>
- <https://www.getwestlondon.co.uk/whats-on/food-drink-news/top-food-trends-2018-including-14136735>





Ond nid dim ond pobl enwog sydd wedi bod yn chwarae eu rhan. Gyda chynnydd ym mhoblogrwydd llwyfannau cyfryngau cymdeithasol fel Twitter ac Instagram, fel cenedl rydyn ni'n mwynhau rhannu lluniau newydd a diddorol. Mae'r ymgyrchydd Jordan Figueiredo yn defnyddio'r cyfryngau hyn i sbarduno newid yng nghanfyddiadau defnyddwyr ac fel llwyfan i ymgyrchu bod yr archfarchnadoedd yn ymlacio eu rheolau o ran sut dylai llysiau edrych.

Gyda bron i 85k yn ei ddilyn ar Twitter a gyda dros 40k yn ei ddilyn ar Instagram, mae'n postio delweddau o lysiau di-siâp yn rheolaidd gyda chapsiynau doniol ar gyfer ei ddilynwyr. Ar Twitter, Instagram, a Facebook mae'r ymgyrch yn cyrraedd miliynau bob mis o dros 150,000 o ddilynwyr mewn dros 190 o wledydd ym mhedwar ban byd, ac mae ganddo ddilynwyr sy'n mynd ati'n rheolaidd i chwilio am lysiau di-siâp a phostio lluniau ohonyn nhw. Mae'r Ymgyrch [The Ugly Fruit and Veg](#) wedi cael llwyddiannau mawr ac mae wedi helpu llysiau di-siâp i fod yn gynnwys ffasiynol ar gyfer cyfryngau cymdeithasol¹⁴.

Llond trol o lemonau? Beth am wneud lemonêd?

Mae yna farchnad gynyddol sydd wedi cael ei hanelu at atal symiau mawr o fwyd di-siâp rhag cael eu taflu, ac mae nifer o gynhyrchwyr yn cofleidio hyn drwy gynnwys llysiau di-siâp mewn cynnyrch bwyd a diod.

Mae [Get Wonky](#) o Gaerdydd yn un o'r rheini sydd wedi ymuno â'r farchnad. Eu cenhadaeth ydy achub cynnyrch di-siâp drwy gefnogi ffermwyr nad ydyn nhw'n gallu gwerthu eu cynnyrch di-siâp yn unrhyw le arall a'u gwneud yn ddiodydd blasus heb unrhyw ychwanegion na glwten.

Mae ystod newydd o sudd oer sydd wedi cael creu drwy ddefnyddio ffrwythau a llysiau di-siâp a fyddai fel arall wedi cael eu gwastraffu, hefyd wedi cael ei lansio'n egsgliwsif yn Tesco. Am £1.50 am botel 250ml, bydd yr ystod Waste Not yn rhatach na'r farchnad diodydd sudd oer a gobeithir cyn pen y 12 wythnos gyntaf o fod ar werth y byddan nhw wedi arbed tua 3.5 tonnell o ffrwythau a llysiau dros ben/gwastraff¹⁵.

Mae [Rubbies in the Rubbles](#) yn cynhyrchu amrywiaeth o relish, sawsiau a mayonnaise yn gynaliadwy, o gynhwysion a fyddai fel arall yn cael eu gwastraffu, yn aml oherwydd bod eu maint, eu siâp neu eu lliw yn anghywir. Hyd yn hyn maen nhw wedi achub 4,344,479 o ffrwythau a llysiau¹⁶.

Mae [The Wonky Food Company](#) yn enghraifft arall. Maen nhw'n gweithio gyda ffermwyr ac adwerthwyr i gasglu eu llysiau a ffrwythau sydd dros ben ac sy'n amherffaith a'u troi yn gynnyrch blasus.

Yn y cyfamser, mae Sainsburys wedi cadarnhau y byddan nhw'n defnyddio ffrwythau a llysiau 'hyll' yn eu cynnyrch, er enghraifft mewn mathau o salad sy'n cael eu paratoi ymlaen llaw, y stwnsh tatws mewn pryddau parod neu'r llenwad mewn cynnyrch yn y becws¹⁷.

14. <http://www.endfoodwaste.org/about.html>

15. <https://www.theguardian.com/environment/2018/may/01/new-juice-range-made-from-wonky-fruit-and-veg-aims-to-cut-waste>

16. <https://rubiesintherubble.com/> - 04.07.2018

17. <https://www.thegrocer.co.uk/home/topics/waste-not-want-not/wonky-veg-up-but-are-supermarkets-digging-deep-enough/558235.article>



Beth ydyn ni wedi'i ddysgu?

- Meddylwch am eich negeseuon marchnata – allwch chi ddylanwadu ar eich cynulleidfa i gofleidio llysiau di-siâp? A oes modd iddyn nhw eich helpu i roi'r neges ar led? Defnyddiwch gyfryngau cymdeithasol fel teclyn i gynhyrchu sgysiaiu a chynnwys.
- Chwiliwch am gwmnïau sydd eisoes yn defnyddio llysiau di-siâp mewn cynnyrch, a chysylltwch â nhw i weld a ydyn nhw'n chwilio am gyflenwyr. Mae rhai o'r cynhyrchwyr a enwir uchod yn agored i glywed gan gyflenwyr newydd.
- Os oes modd defnyddio eich ffrwythau/llysiau di-siâp fel cynhwysion mewn cynnyrch bwyd neu ddiod, beth am chwilio am gynhyrchwyr lleol nad ydyn nhw'n defnyddio llysiau di-siâp ar hyn o bryd, ond a allai wneud hynny. Byddai modd iddyn nhw ddefnyddio eich cynnyrch di-siâp chi i wneud datganiad cadarn i'w cwsmeriaid am leihau gwastraff bwyd.
- A oes unrhyw ddarparwyr 'blychau llysiau di-siâp' y gallech chi eu cyflenwi? Mae [Oddbox](#) a [Wonky Veg Boxes](#) yn dweud ar eu gwefan eu bod bob amser yn fodlon i ddarpar gyflenwyr gysylltu â nhw, felly beth am gysylltu?
- Meddylwch am ddod â'ch adnoddau ynghyd – a allech chi weithio gyda thyfwyr eraill yng Nghymru i gynnig detholiad ehangach o lysiau sydd wedi cael eu tyfu'n lleol i ddarpar gwsmeriaid? Neu a allech chi rannu costau logisteg neu fewnbwn i sefydlu eich blwch 'llysiau di-siâp' eich hun?
- Neu beth am roi'r llysiau di-siâp dydych chi ddim eu heisiau i ffwrdd am ddim? Mae [FareShare](#) yn cymryd cynnyrch o ansawdd da gan gynnwys llysiau di-siâp, sydd wedyn yn cael eu troi yn brydau blasus i bobl mewn angen.

Os oes gennych chi ddiddordeb mewn gweithio gyda thyfwyr eraill i gydweithio i ddod o hyd i ffyrdd o ddefnyddio'r llysiau di-siâp sydd gennych chi dros ben, anfonwch e-bost i

tyfucymru@lantra.co.uk