



Van land tot klant

Albert Heijn | belangrijke producten, ingrediënten en categorieën

Albert Heijn wil dat klanten met een gerust hart boodschappen kunnen doen. We willen daarom onze nationale en internationale ketens kennen en zo proactief mogelijk vraagstukken/risico's, onder andere omtrent mensenrechten en milieu, kunnen identificeren en aanpakken. Met ons due diligenceproces kunnen wij potentiële en daadwerkelijke nadelige gevolgen voor mens en milieu identificeren en aanpakken. Met de due diligence-aanpak brengen wij de risico's en mogelijke verbeteringen van onze bedrijfsactiviteiten in kaart en kunnen we gaan bepalen hoe we hier mee omgaan. Het bouwen van een due diligence-aanpak is een continu proces, en wij verbeteren deze nog dagelijks.

Daarnaast is de supermarktbranche sinds 2018 actief in het IMVO-convenant Voedingsmiddelen, waarbij we ons inzetten voor de ontwikkeling van due diligence systemen om transparantie binnen de keten te verhogen en risico's op het gebied van mens en milieu te mitigeren. Goed contact tussen nationale en internationale leveranciers is een belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering van supermarkten, waarbij verantwoord zaken doen voorop staat.

In dit document hebben wij een overzicht gemaakt van producten en ingrediënten die potentiële of daadwerkelijke duurzaamheidsimpact hebben, waarbij wij inschatten dat ze mogelijke nadelige effecten kunnen vormen in onze ketens. In dit overzicht wordt per categorie beschreven welke stappen worden ondernomen bij het uitvoeren van ons duurzaamheidsbeleid en zal daarom ook in de toekomst verder worden aangevuld en uitgebreid.

1. Cacao:

Alle Eigen Merk cacao-producten van Albert Heijn worden gemaakt van duurzaam geteelde cacaobonen. Daarmee bedoelen we niet alleen chocoladerepen, maar ook ijs, koek en zuivelproducten waarin cacao is verwerkt. Bij de teelt van duurzame cacaobonen wordt verantwoord omgegaan met het gebruik van landbouwgrond en water. Bovendien wordt er goed gekeken naar de arbeidsomstandigheden op de plantages die zich voornamelijk in West-Afrika bevinden. Albert Heijn vraagt dat alle eigen merk cacao en chocoladeproducten Rainforest Alliance (UTZ) gecertificeerd zijn. Bovendien is alle Albert Heijn biologische chocolade ook Fairtrade gecertificeerd. Rainforest Alliance (UTZ) en Fairtrade zijn keurmerken voor arbeidsomstandigheden, milieu en natuurbehoud, en richt zich op de professionalisering van boeren en boerenorganisaties. Dit zorgt doorgaans voor een betere kwaliteit van de oogst en hogere opbrengsten van de duurzaam geteelde producten.

Wij vinden het ook belangrijk dat de nieuwe Rainforest Alliance standaard, die gepubliceerd zal worden in 2020, sterk is voor mens en milieu, en hebben wij dus ook feedback geven tijdens het proces bij het bouwen van deze nieuwe standaard.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op cacao.

Delicata chocolade

Albert Heijn heeft zich eind 2018 met ons eigen chocolademerkt [Delicata](#) als eerste aangesloten bij het nieuwe 'Open Chain' platform, opgezet door Tony's Chocolonely. Voor Delicata kopen wij voortaan Rainforest Alliance (UTZ) gecertificeerde cacao in volgens de vijf samenwerkingsprincipes van de Open Chain. Met deze werkwijze is een leefbaar inkomen



voor cacaoboeren mogelijk. We zijn er trots op dat deze Delicata-repen in 2019 voor het eerst in de schappen lagen.

Naast (1) traceerbare en gecertificeerde cacaobonen betekent dit dat wij:

- (2) Een hogere en eerlijke prijs betalen voor de cacaobonen: een eerste stap om boeren uit armoede te laten komen;
- (3) Een lange-termijnsamenwerking hebben, zodat boeren kunnen investeren in hun toekomst;
- (4) Boeren helpen zichzelf te organiseren zodat zij bijvoorbeeld gezamenlijk meststoffen of nieuwe planten kunnen inkopen. Maar ook om bijvoorbeeld kindergeluk te waarborgen binnen de gemeenschap;
- (5) Boeren trainen op vakmanschap, zodat zij meer cacao kunnen verbouwen op hun land en het milieu tegelijkertijd wordt beschermd.
- (Kijk ook op www.tonysopenchain.com)

Alle Delicata pure- en melkchocolade bevat dus traceerbare cacaomassa. Deze bonen zijn ingekocht bij onze partnercoöperaties in Ghana en Ivoorkust. We kiezen er bewust voor om te werken in deze twee landen. Daar zijn de problemen het grootst en dus willen we dáár impact maken. In november 2019 hebben we de samenwerking met Socoopacdi, een lokale coöperatie van circa 1.500 cacaoboeren in Ivoorkust, voor langere termijn vastgelegd. Zo kunnen wij structureel bijdragen aan een beter leven voor cacao boeren.

Op alle onze Delicata chocolade die cacao bevat van onze partnercoöperaties uit Ivoorkust en Ghana zijn te herkennen aan de Open Chain button. Op deze button staat de tekst 'Samen maken we chocolade 100% slaafvrij'.

Vanaf 2020 zal ook de cacao van onze pure en melk Delicata-paaseitjes traceerbaar zijn. Het overzetten van de witte chocolade op Open Chain-cacao is productie technisch nog lastig, maar naar verwachting zal dit in 2021 zo ver zijn.

2. Koffie:

Nederlanders drinken gemiddeld ruim een halve liter koffie per dag. We staan hiermee op de vijfde plek wereldwijd; alleen in Scandinavische landen gaat er meer koffie doorheen. Albert Heijn zet zich al jaren in voor verduurzaming van de koffieketen zodat ons geliefde kopje koffie eerlijk wordt geproduceerd én heerlijk smaakt. Sinds jaren is alle eigen merk koffie al UTZ gecertificeerd. Rainforest Alliance (UTZ) is een keurmerk voor arbeidsomstandigheden, milieu en natuurbehoud, en richt zich op de professionalisering van boeren en boerenorganisaties. Dit zorgt doorgaans voor een betere kwaliteit van de oogst en hogere opbrengsten van de duurzaam geteelde producten. Bovendien, was Albert Heijn initiatiefnemer voor het ontwikkelen van het keurmerk UTZ (gestart onder de naam Utz Kapeh ('goeie koffie' in Maya taal)).

Met de lancering van het innovatieve 'Perla Future Coffee Project' gaat de verduurzaming nóg een stap verder door bij te dragen aan duurzame landbouw en steun aan lokale koffieboeren. De nieuwste toevoeging aan het assortiment, de Perla Origins Tanzania koffieboon, is het resultaat van een intensieve samenwerking met een koffiekwakerij aan de voet van de Kilimanjaro in Tanzania. Meer informatie over het Perla Future Coffee Project, [vind je hier](#).



Tot slot, het hele Perla assortiment is sinds 2019 naast UTZ ook [Klimaat neutraal gecertificeerd](#). Zo wordt bij de Ahold Delhaize Coffee Company al onze koffie volledig klimaatneutraal gebrand en geproduceerd. Zo zijn er bijvoorbeeld bij Ahold Delhaize Coffee Company 1465 zonnepanelen op het dak geplaatst, die zo'n 337.000 kilowattuur per jaar opleveren. Om het wat concreter te maken, dit is voldoende om 100 huishoudens een geheel jaar van stroom te voorzien. Op deze manier investeren we in een verminderde co2-uitstoot, een van de vele stappen die we zetten om onze ecologische voetafdruk te verkleinen.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op koffie & thee.

3. Thee:

Nederlanders drinken steeds meer thee. Albert Heijn zet zich al jaren in voor verduurzaming van de theeketen zodat ons geliefde kopje thee eerlijk wordt geproduceerd én heerlijk smaakt. Sinds jaren is alle eigen merk thee al UTZ gecertificeerd. Rainforest Alliance (UTZ) is een keurmerk voor arbeidsomstandigheden, milieu en natuurbehoud, en richt zich op de professionalisering van boeren en boerenorganisaties. Dit zorgt doorgaans voor een betere kwaliteit van de oogst en hogere opbrengsten van de duurzaam geteelde producten. En voor kleinschalige theeboeren in China, India of Sri Lanka is dit een belangrijke stap in de juiste richting.

Bovendien, zijn de meeste kruidenthee 's van Albert Heijn ook UTZ gecertificeerd, en onze assortiment bevat ook een aantal biologische producten die Fairtrade Gecertificeerd zijn.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op koffie & thee.

4. Palmolie:

Palmolie is een plantaardige olie die wordt gewonnen uit vruchten van de oliepalm. Het wordt verwerkt in veel producten die wij in onze winkels verkopen zoals margarine en frituurvet, maar ook in koekjes, chips en shampoo. Voor grootschalige palmolieproductie kan tropisch regenwoud gekapt worden. Hierdoor worden leefgebieden van onder meer Orang-Oetans verkleind.

Albert Heijn heeft de afgelopen jaren goede resultaten geboekt op het gebied van duurzame palmolie. Zo hebben we met de grootste leveranciers van food en non-food eigen-merkproducten een akkoord bereikt over het gebruik van duurzame palmolie. De palmolie die in onze eigen-merkproducten wordt verwerkt, is RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) gecertificeerd.

We hebben onze leveranciers uitgedaagd om de vraag naar gesegregeerde palmolie op gang te brengen. Dat is duurzame palmolie met het hoogste certificeringsniveau, en houdt in dat duurzame palmolie fysiek in de hele keten gescheiden blijft van niet-duurzame palmolie. Wij zijn trots dat eind 2019 tot 99,63% gesegregeerde of mass balance RSPO palmolie in onze eigen merk producten is verwerkt.



Wij vinden het ook belangrijk dat RSPO, de certificeringsstandard voor de duurzamere productie van palmolie, zich continu verbetert. Ahold Delhaize leidde de retail en food service leden van de RSPO door het 2018 RSPO Standaard review proces. Wij zijn trots op de nieuwe standaard van de RSPO – striktere regels heeft, o.a. op het gebied van mensenrechten, het gebruik van vuur voor land preparatie, en ontbossing.

Vraag je je af waarom wij niet helemaal stoppen met het gebruik van palmolie in onze producten? Palmolie levert van alle soorten plantaardige oliën verreweg de grootste opbrengst aan olie per hectare. Daardoor is duurzaam geproduceerde palmolie de meest duurzame optie voor plantaardige olie. Wij faseren palmolie dus niet uit, maar faseren foute palmolie uit.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op palmolie.

5. Soja:

Soja wordt verwerkt in grote hoeveelheden veevoer, bijvoorbeeld voor onze varkens en kippen. Indirect is Albert Heijn dus een afnemer van formaat. Om soja te kunnen verbouwen kunnen grote stukken regenwoud of pampas gekapt worden. De ontbossing kan vervolgens weer voor het verlies van biodiversiteit en verkleining van het leefgebied van bedreigde diersoorten zorgen. Reden genoeg voor Albert Heijn om zich te committeren aan de bevordering van duurzame sojaproductie.

We hebben bijvoorbeeld actief bijgedragen aan verlenging van het Soja Moratorium. Dat is een tijdelijke afspraak tussen handelaren die ervoor zorgt dat het regenwoud in Brazilië wordt beschermd. Ook is Ahold Delhaize lid van de Ronde Tafel voor Verantwoorde Soja (Roundtable on Responsible Soy - RTRS).

Omdat er op dit moment niet voldoende gecertificeerde soja vanuit Zuid Amerika naar Europa komt, werken onze leveranciers en de veevoer bedrijven in onze ketens met RTRS credits. Door deze credits in te kopen, wordt ons jaarlijkse volume soja afgedekt en worden soja boeren ondersteunt om gecertificeerd te blijven.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op soja.

6. Vis (wild en kweek):

Vis hoort in een gezond dieet. Toch kunnen we niet alle vis onbepert eten. Sommige vissoorten zijn zo zwaar bevist dat ze met uitsterven worden bedreigd. Die vissen kunnen we beter een tijdje niet eten en de tijd geven om weer in aantal te groeien. Onder anderen, verkoopt Albert Heijn daarom geen paling meer.

Het MSC-keurmerk garandeert dat een vis duurzaam gevangen is. Duurzame visserij gebruikt vistechnieken waarbij de kans op bijvangst sterk afneemt. Vissers respecteren de natuur onder water, waardoor de visbestanden op peil blijven. Daarnaast is het van belang dat producenten van kweekvis geen onnodig gebruik maken van antibiotica en chemicaliën. Het keurmerk ASC staat voor verantwoord gekweekte vis, schaal- en schelpdieren.



Albert Heijn verkoopt alleen nog vis met het MSC- of ASC-keurmerk. Omdat er geen MSC standaard voor inktvis en rivierkreeft is ontwikkeld, hebben wij gekozen om door het Instituut voor Landbouw en Visserijonderzoek (ILVO) deze vissoorten te laten beoordelen op duurzaamheidsaspecten, waardoor ook deze vissoorten verantwoord zijn.

Dierenwelzijn is momenteel nog geen onderdeel van het ASC -keurmerk. Albert Heijn is initiatiefnemer (samen met ASC, Dierenbescherming, industrie-partners en Wageningen Universiteit) van een project om dierenwelzijn voor kweekvis te kunnen gaan borgen.

In sommige hoog risico ketens (zoals tropisch gekweekte garnalen) kunnen problemen met werkomstandigheden op de boot en in de keten aanwezig zijn. Wij onderzoeken deze ketens om eventuele issues te kunnen identificeren en mitigeren. Via Ahold Delhaize, zijn wij ook actief lid van het Seafood Taskforce, een organisatie die tegen mensenrechtenschendingen in hoog risico vis ketens vecht (tropische garnalen en tonijn uit Thailand).

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op vis.

7. Hout en papier:

Het FSC (Forest Stewardship Council) is een onafhankelijke, internationale organisatie die verzekert dat het hout uit verantwoord beheerde bossen komt. Dat zijn bossen waar selectief wordt gekapt en waar bomen weer worden aangeplant. Bovendien wordt er rekening gehouden met mensen en dieren die in en rond de bossen wonen.

Albert Heijn verkoopt alleen nog maar papier en papierwaren (wc-papier, luiers, servetten en keukenpapier) met het FSC keurmerk. Ook Allerhande en AH Bonus worden gedrukt op gecertificeerd papier.

Kijk [hier een video](#) over het mondiale beleid van Ahold Delhaize op hout en papier.

8. Tomaten in Blik:

Samen met onze leveranciers werken we aan:

- *Transparantie*: wij zorgen ervoor dat de plukmethode (mechanisch of met de hand) en de omstandigheden van de pluk transparant zijn. Wij hebben vragen opgesteld en deze naar onze leveranciers gestuurd. Hiermee verkrijgen wij enerzijds een duidelijker inzicht in de omstandigheden rondom de plukmethodes en creëren wij anderzijds bewustwording bij de leverancier.
- *Respect voor mensenrechten*: van al onze leveranciers die produceren voor Albert Heijn-eigen merk producten verwachten wij dat ze onze Standards of Engagement implementeren en naleven; in hun eigen bedrijf en in hun keten. Vanaf begin 2021 eisen wij een social compliance audit (BSCI of equivalent) op fabrieksniveau en een social compliance assessment voor boerderijen.



9. Hazelnoten:

Driekwart van alle hazelnoten komen uit Turkije, waar ernstige issues zoals kinderarbeid een rol in de teelt van hazelnoten kunnen spelen. Om voor veilige en gezonde arbeidsomstandigheden, goede landbouwpraktijken en de bescherming van het milieu om in de hazelnootsector te kunnen zorgen, kiest Albert Heijn voor UTZ gecertificeerde hazelnoten in onze eigen merk producten, zoals bijvoorbeeld in alle hazelnootpasta's.

Ons doel is om in 2020 95% van onze eigen merk producten die hazelnoten bevatten, UTZ gecertificeerd zijn. Eind 2019 waren 93,3% van onze hazelnoten gecertificeerd. Wij zijn dus goed op weg om dit doel te behalen.

10. Amandelen, pecannoten, pistachenoten, macadamianoten, walnoten:

Sommige noten blijken waterverslinders te zijn, terwijl ze groeien in gebieden waar relatief minder water beschikbaar is. Uiterlijk in 2020 zullen wij samen met onze leveranciers van eigen merk amandelen, pecannoten, pistachenoten, macadamianoten en walnoten-producten de water-gerelateerde risico's geïnventariseerd hebben en waar nodig vervolgstappen gedefinieerd hebben.

Alle noten verwerkt in hoger risico landen:

Bovendien moeten vanaf 2020 alle noten afkomstig uit hoog risico landen (als gedefinieerd door de Business Social Compliance Initiative – BSCI) een social compliance audit hebben.

Tot slot, Ahold Delhaize is lid van [Sustainable Nut Initiative \(SNI\)](#). SNI brengt belangrijke spelers in de notenindustrie samen om strategisch duurzame supply chains en een traceerbare notensector te ontwikkelen.

11. Houdbare sinaasappelsap:

Albert Heijn, en zijn leverancier Refresco hebben met blockchaintechnologie de productieketen van het Albert Heijn eigen merk houdbare sinaasappelsap inzichtelijk gemaakt. Via een QR-code op de verpakking ziet de consument welke route de fles sinaasappelsap aflegt tot die in het schap staat. Met deze volledige traceerbaarheid wordt de volgende stap gezet in transparantie voor consumenten.

Bovendien, zijn alle sinaasappelboomgaarden van leverancier LDC Juice in Brazilië waar sinaasappelen geteeld worden voor AH houdbare sinaasappelsap Rainforest Alliance gecertificeerd. Deze boerderijen helpen onder andere de natuur te beschermen en dragen positief bij aan betere werk- en leefomstandigheden voor boeren en hun families.

Meer informatie en een leuke film over dit project [vind je hier](#).

12. Rundvlees:

Ahold Delhaize is lid van de Global Roundtable on Sustainable Beef (GRSB), een wereldwijd initiatief om de ecologische impact van rundvlees te verminderen via nationale initiatieven.

Onze eigen merk rundvlees is afkomstig van gebieden waar ontbossing geen issue is. Albert Heijn Excellent komt uit Uruguay en Argentinië, en de rest van onze eigen merk rund vlees komt uit Ierland en Nederland.



13. Varkensvlees:

Het Beter Leven Keurmerk van de Dierenbescherming kwalificeert vlees op diervriendelijkheid. Varkens die gefokt worden voor Albert Heijn hebben meer leefruimte dan in reguliere varkenshouderijen. In de stallen is speelmateriaal aanwezig voor de afleiding en de dieren worden niet gecastreerd. Voor één miljoen varkens van 150 varkenshouders betekent dit een verbetering van de leefomstandigheden. Klanten kunnen bij Albert Heijn ook kiezen uit een ruim assortiment scharrel- en biologisch varkensvlees met respectievelijk twee en drie sterren. Hoe meer sterren, hoe hoger het dierenwelzijn.

Al ons verse varkensvlees en Nederlandse vleeswaren hebben sinds 2011 minimaal één ster Beter Leven keurmerk.

Bovendien is door het centraal bureau levensmiddelenhandel (CBL) initiatief '[Varken van Morgen](#)' als eis gesteld dat alleen RTRS gecertificeerde en ontbossingsvrije soja wordt gebruikt in veevoer.

14. Kip:

Begin 2016 zijn we voor onze 'reguliere' kip overgestapt op een ander, langzamer groeiend kippenras en is het volledige verse kipassortiment, inclusief vleeswaren en andere kipproducten, van Albert Heijn vervangen door de Albert Heijn kip. Deze kip leeft ongeveer 10 dagen langer, en heeft meer ruimte dan de reguliere kip. Bovendien wordt er tijdens het fokken veel minder antibiotica gebruikt (<7%). Dierenwelzijn, en diergezondheid zijn hier sterk door verbeterd. Dit is ook de inschatting van een onafhankelijk geschreven rapport van Wageningen Livestock Research.

Het gebruik van alleen RTRS gecertificeerde, ontbossingsvrije soja, in de veevoer was bovendien ook als eis gesteld door het centraal bureau levensmiddelenhandel (CBL) initiatief 'Kip van Morgen'.

Samen met onze boeren werken we aan de leefomstandigheden van de kippen. Daarbij gaan we verder dan wet- en regelgeving en zoeken we de juiste balans tussen diervriendelijkheid en milieu-effecten. We baseren onze stappen op de wetenschappelijk relevante welzijnsriteria voor kippen en werken samen met onze ketenpartner en de Wageningen Universiteit.

Kijk [hier voor meer informatie](#).

15. Zuivel en Kaas:

Om nog beter invulling te kunnen geven aan het verder verduurzamen van het huiskamp zuivelschap, sloten Albert Heijn en Royal A-ware in 2017 een overeenkomst om een duurzamere en transparante productieketen voor zuivelproducten te realiseren. Een groot aantal melkveehouders meldde zich aan die binnen dit concept melk leveren aan Royal A-ware. Die verwerkt op zijn beurt deze melkstroom apart tot kwaliteitsproducten waarvan de



herkomst transparant is en die op een duurzamere wijze zijn geproduceerd. Melkveehouders die meedoen aan het programma ontvangen een premie bovenop de A-ware melkprijs.

Het doel is om de komende jaren het zuivelassortiment uit deze melkstroom uit te breiden. Dit betekent dat de groep melkveehouders in 2020 verder is uitgebreid. Klik voor meer informatie over onze [gesloten zuivelketen](#).

16. Eieren:

Sinds oktober 2018 hebben alle eigen merk eieren van Albert Heijn minimaal het 1 ster Beter Leven Keurmerk. 1 Ster betekent dat de kippen kunnen scharrelen in een overdekte uitloop, frisse lucht en daglicht krijgen en met minder hennen bij elkaar zitten. We hebben een gesloten transparante keten waarin we samenwerken met onze leveranciers en pluimveehouders om duurzaamheidstappen te kunnen maken. Begin 2020 we de gesloten keten uitgebreid voor alle eigen merk eieren van Albert Heijn waaronder vrije uitloop en biologische eieren met 2 en resp. 3 ster Beter Leven Keurmerk.

Bovendien, is sinds november 2018, via blockchaintechnologie, de productieketen van de Albert Heijn eigen merk BLK 1* eieren inzichtelijk gemaakt. Door de code op het ei in te tikken op www.check-je-ei.nl zie je meer gedetailleerde informatie over de boer, de stal en de kippen. Bijvoorbeeld wanneer is het ei is gelegd, het ras, de voer- en wateropname van de kippen, en welke route het ei heeft afgelegd tot het op je bord ligt. Met deze volledige traceerbaarheid wordt de volgende stap gezet in transparantie voor consumenten. Meer informatie [vind je hier](#).

Sinds 2019, is Albert Heijn begonnen met de transitie naar het gebruik van eieren uit onze eigen gesloten keten voor huismerkproducten die ei bevatten. Onze doel is dat deze transitie in 2024 rond is. In deze gesloten keten gaan wij verschillende thema's zoals voedselveiligheid, dierenwelzijn, transparantie, boerenwelzijn en ecologische duurzaamheid met onze keten partners verbeteren. De reikwijdte van dit beleid omvat alle eigenmerkproducten die 5% of meer ei als ingrediënt bevatten, of waarbij het product minder dan 5% ei bevat, maar ei wordt vermeld in de productnaam of wordt weergegeven op de verpakking. De minimumvereisten van de gesloten eierketen zijn:

- **Dierenwelzijn:** 1-ster Beter Leven Keurmerk;
- **Voedselveiligheid:** IKB en KAT certificering;
- **Transparantie:** Volledig inzicht van de consument in de herkomst van alle eieren, b.v. alle eieren met gesloten ketting zitten in de blockchain.
- **Transparantie:** betere link tussen klant en boer door bijvoorbeeld boerderijbezoeken, livestreams, korte films op boerderij- en dierniveau;
- **Welzijn van boeren:** door meerjarige overeenkomsten en kennis- en kwaliteitsprogramma voor de boeren;
- **Milieuduurzaamheid:** door een fijnstofreductieprogramma en gebruik en / of productie van 100% (of meer) groene energie in 2020. Wetenschappelijke klimaatdoelstellingen zijn vastgesteld voor 2025.



17. Groenten en fruit:

Duurzaam telen betekent voor Albert Heijn aandacht voor verantwoord gebruik van landbouwgrond en water. We gebruiken alleen de benodigde hoeveelheden en streven naar niet-vervuilende oplossingen. Al onze teelt, waar het ook vandaan komt in de wereld, is GlobalGap gecertificeerd. Dit certificaat geeft de garantie dat er bij het agrarische productieproces voldaan wordt aan de strenge eisen met betrekking tot voedselveiligheid, duurzaamheid en productkwaliteit.

Tot slot werken we aan juist gebruik van gewasbeschermingsmiddelen in de teelt. Dat doen we door met onze leveranciers een protocol af te spreken. Hierdoor kunnen we heel scherp sturen op het juiste gebruik van middelen, vooral bij kritische gewassen. Het protocol geldt voor al onze wereldwijde leveranciers en hun telers.

We zijn ook leidend in biologische producten in Nederlandse schappen, het reduceren van voedselverspilling en teelt van de toekomst (zoals, bijvoorbeeld urban of vertical farming).

Van Nederlandse bodem:

Met onze Nederlandse telers en Natuur & Milieu hebben we in 2017 een samenwerking gestart op het gebruik van bestrijdingsmiddelen. Voor het project zijn in 2017 bij 17 van de in totaal 49 Nederlandse gewassen in het groente- en fruitschap pilots uitgevoerd. Bij aardbei, komkommer, paprika, prei, sperzieboon, tomaat, ui, peen en selderij bleek de pilot geslaagd en kan het gebruik van de schadelijke middelen worden weggelaten. Bij courgette, rucola, boerenkool, Chinese kool en sperzieboon bleek een pilot niet nodig: daarbij werden de 27 meest schadelijke middelen al niet gebruikt. Doel is uiteindelijk structurele oplossingen, met voldoende oog voor behoud van kwaliteit en betaalbaarheid.

Bovendien, zijn wij trots op de zorg die onze boeren, telers, brouwerijen en leveranciers elke dag besteden aan de producten die in onze winkels liggen. En dat laten we graag zien, daarom openende we eek keer per jaar op vele locaties in Nederland onze deuren.

Biodiversiteit:

Een andere mooie ontwikkeling is de langdurige samenwerking met Naturalis Biodiversity Center die in 2020 van start gaat. We zien dat het onderwerp biodiversiteit meer en meer leeft in Nederland. Vandaar dat we bijenhôtels neerzetten, akkerranden inzaaien en afspraken maken op het gebied van biodiversiteit met onze telers en boeren. We vinden het belangrijk dat Naturalis hier meer onderzoek naar kan doen; ook wij hebben behoefte aan meer diepgaande kennis over biodiversiteit. Daarom maken we het de komende vijf jaar mogelijk een promovendus aan te stellen binnen Naturalis om die kennis op te doen. We kijken er naar uit te zien welke kruisbestuiving er tussen de wetenschap en de praktijk zal plaatsvinden

Uit de Tropen:

Voor leveranciers die telen in zogenaamde risicogebieden eisen wij dat wordt voldaan aan de juiste arbeidsomstandigheden door een Business Social Compliance Initiative (BSCI) audit uit te voeren.



AH Foundation

Bovendien werkt Albert Heijn nauw samen met de Albert Heijn Foundation om samen met Afrikaanse en Zuid Amerikaanse telers voor betere leefomstandigheden voor de lokale gemeenschap te zorgen. Al meer dan 10 jaar zet Albert Heijn zich, samen met haar vers leveranciers, in voor lokale projecten. Extra genieten dus van heerlijke avocado's, passiefruit en rozen uit Afrika en Zuid Amerika! Meer informatie over de AH Foundation, [vind je hier](#).

Leefbaar loon Bananen

In 2018 ondertekende Albert Heijn het IMVO Convenant Voedingsmiddelen. Eén van de eerste afspraken waar wij ons aan hebben gecommitteerd, is dat we ons gaan inzetten voor een leefbaar loon voor arbeiders in de bananenteelt. Een leefbaar loon is een loon waarmee kosten voor voeding, onderdak, kleding, onderwijs en medische zorg voor een gezin gedekt kunnen worden, plus iets extra voor onvoorziene omstandigheden. Wij streven ernaar om binnen vijf jaar het gat tussen het huidige gangbare loon en het leefbaar loon voor het totale bananenassortiment te verminderen met ten minste 75%. Dit doen we in stappen van ten minste 10% per jaar. In de eerste fase van dit project (2019 tot 2020) wordt het gat tussen dat gangbare loon en een leefbaar loon voor het gehele bananen assortiment bepaald. Vanaf 2021 zullen we het gat stapsgewijs verkleinen.

19. Bloemen en planten:

Duurzaam telen betekent voor Albert Heijn aandacht voor verantwoord gebruik van landbouwgrond en water. We gebruiken alleen de benodigde hoeveelheden en streven naar niet-vervuilende oplossingen. Al onze teelt, waar het ook vandaan komt in de wereld, is GlobalGap gecertificeerd. Dit certificaat geeft de garantie dat er bij het agrarische productieproces voldaan wordt aan de strenge eisen met betrekking tot voedselveiligheid, duurzaamheid en productkwaliteit. Albert Heijn verkoopt alleen Global Gap gecertificeerde bloemen en planten.

Bovendien zijn wij gecommitteerd aan de Floriculture Sustainability Initiative (FSI). Dat betekent dat de bloemen en planten die wij inkopen geteeld zijn met respect voor mens en milieu. Kwekers voldoen aan alle milieuvoorwaarden en zorgen voor goede arbeidsomstandigheden voor hun medewerkers. We werken hierin samen met diverse certificeringsorganisaties: MPS Socially Qualified (voor sociale omstandigheden) en MPS-GAP (voor productieomstandigheden).