Ahold Delhaize wil voor de helft gezond zijn

11-05-2017 07:14



45 procent van de eigen producten die Ahold Delhaize in 2020 verkoopt, moet gezond zijn. Dat is de officiële doelstelling van het Nederlands-Belgische fusiebedrijf, vertelt chief sustainability, transformation & communication op het event Changemakers in Retail. “In ons hart willen we dat de helft van de producten die we verkopen straks gezond is.”

Het supermarktconcern werkt wereldwijd aan het gezonder maken van zijn producten, door onder meer minder zout en suiker te gebruiken. Zo haalde Ahold USA vorig jaar meer dan 272 duizend pond suiker uit zijn producten. “Bij Delhaize hebben we het zoutgehalte van elf broden met 25 procent verlaagd”, vertelt Croonen. Dat gebeurt volgens hem stapsgewijs, omdat consumenten het brood anders niet lekker meer vinden.

Een grote uitdaging om consumenten voor gezondere alternatieven te laten kiezen is volgens Croonen de prijs. Zo betalen Amerikanen vijftig dollar extra per maand als ze gezonder willen eten. De strategie van Ahold Delhaize is om consumenten ‘zowel in hun hart als in hun portemonnee’ te overtuigen voor gezonde voeding te kiezen, stelt hij.

Ahold Delhaize heeft zich verder voorgenomen om de voedselverspilling – dertig procent van het voedsel dat wordt geproduceerd wordt volgens Croonen weggegooid – met twintig procent terug te dringen. De retail is volgens hem verantwoordelijk voor slechts twee procent van de voedselverspilling, de rest vindt plaats bij de leverancier en consument. “Maar wij zitten in het midden van de keten en kunnen hen beïnvloeden”, aldus de

Belg.

De derde pijler van Ahold Delhaize is het creëren van een gezonde werkomgeving voor zijn personeel. Meer doelstellingen zijn er volgens Croonen niet, omdat een focus cruciaal is. “Als je op alle vlakken een klein beetje doet, zul je overal falen.”