



‘Wij kiezen voor gerecycled materiaal in verpakkingen, zelfs met een hogere prijs’

Marit van Egmond
CEO Albert Heijn



Albert Heijn gebruikte de afgelopen drie jaar bijna tien miljoen kilo minder verpakkingsmateriaal. Dat is bijna 10% minder dan in 2018. ‘In 2025 moet dat 25% minder verpakkingsmateriaal worden,’ zegt CEO Marit van Egmond. ‘En zijn al onze verpakkingen bovendien te recyclen.’

‘Albert Heijn wil beter eten voor iedereen bereikbaar maken: gezonder, duurzamer én lekker. Aandacht voor verpakkingen is een belangrijk thema binnen onze duurzaamheidsaanpak. We vinden het belangrijk dat onze AH Eigen Merk producten duurzaam worden verpakt. En dat we zo min mogelijk materiaal gebruiken. We zijn ons ervan bewust dat wij als supermarkt veel verpakkingsmateriaal nodig hebben en verbruiken. Met een goede reden: verpakkingen dragen bij aan de houdbaarheid en voedselveiligheid van producten en beschermt ze tijdens het vervoer. Maar het kan altijd minder. Als een verpakking nodig is, kiezen we voor de meest geschikte en meest duurzame verpakking. De beste verpakking is volgens ons een verpakking die over de gehele levenscyclus (van grondstof tot afval) leidt tot een zo klein mogelijke impact op het milieu. We gebruiken onze 4R policy: reduce – reuse – recycle – renew. Al onze 11.000 eigenmerk producten worden conform dit beleid tegen het licht gehouden.’

Albert Heijn ondertekende het Plastic Pact. Wat waren de overwegingen?

'De doelstellingen van het Plastic Pact sluiten naadloos aan op onze doelstellingen. Wij willen in 2025 25% minder verpakkingen gebruiken en alle plastic verpakkingen moeten dan 100% recyclebaar zijn. Het Plastic Pact streeft naar een plasticreductie van 20% in 2025. Met ons assortiment groenten en fruit hebben we dat nu al gerealiseerd. In het Plastic Pact werken we samen met onze eigen leveranciers, maar ook de verpakkingfabrikanten en recyclingsector. Want bij het ontwikkelen van nieuwe producten moet er al rekening gehouden worden met de toekomstige verpakking van het product.'

Lukt het om de gestelde doelen tijdig te bereiken?

'We hebben mooie stappen gezet op het gebied van reductie. De snoeptomaten in het bekende plastic emmertje worden nu verpakt in een dunner plastic bakje, we gebruiken topfolie bij vers fruit in plaats van een deksel. Olijf- en wokolie zitten niet meer in een glazen fles, maar in een lichtgewicht PET-fles. Ook met recycling zijn we hard aan het werk. Om recyclebaarheid te verhogen is in 2019 het zwarte plastic uit de winkel gehaald en in 2020 het gekleurd PET vervangen door transparant. Zo hebben we afscheid genomen van de gele kipschaaltjes, en ook, na 40 jaar, van het iconische blauwe champignonbakje. Bij de frisdranken hebben we zowel gereduceerd, 17% wat overeenkomt met 84.000 kg. minder plastic, én gebruiken we 50% rPET in de frisdrankflessen. De afgelopen jaren zijn wij ook bezig geweest onze PET-trays voor bijvoorbeeld vlees, vis, salades, kaas en noten recyclebaar te maken. 80% van de PET-trays is al gemaakt van monomateriaal. Maar wat nog niet gelukt is, is om verderop in de keten die PET-trays ook daadwerkelijk te recyclen na gebruik. Samen met de Stichting Afvalfonds en de RebelGroup hebben wij afgelopen jaar een onderzoek uit laten voeren naar de mogelijkheden daartoe.'

Welke belemmeringen zijn er?

'Uiteraard lopen we tegen dilemma's aan. De verpakking van veel voeding heeft immers, zoals ik al zei, een functie. In de zomer zijn bijvoorbeeld komkommers sterker door lange dagen en veel zonuren in Nederland en kunnen ze zonder plastic. In de wintermaanden zijn komkommers zwakker en hebben ze een folie nodig om de kwaliteit goed te houden en voedselverspilling tegen te gaan. Portieverpakkingen voor kleine huishoudens voorkomen voedselverspilling en leveren dus milieuwinst op. De milieubelasting van de verpakking is bijna altijd een stuk kleiner dan de milieubelasting van het product zelf. We opereren binnen de grenzen van voedselveiligheid en zonder voedsel te verspillen. Spruitjes worden bijvoorbeeld binnen enkele uren bruin en zijn dan niet meer aantrekkelijk voor de klant om te kopen. We bekijken het per product en per seizoen. Het is echt maatwerk waar vakmanschap en productkennis in de keten, en in de winkel elke dag nodig zijn. Een ander dilemma is de perceptie die de consument heeft over plastic. Het kan zo zijn dat uit een Life Cycle Analysis plastic als de meest duurzame variant komt, maar door de consument zal dat niet zo worden gezien. Nog een dilemma is dat we de meeste van onze verpakkingen hebben voorzien van een wegwerplogo, maar dat inzamelingssystemen tussen de gemeenten in Nederland van elkaar verschillen.'

Ahold Delhaize heeft zich in 2018 ook aangesloten bij het New Plastics Economy Global Commitment van de Ellen McArthur foundation. Kunt u daar iets meer over vertellen?

'De foundation focust op punten als: gebruik geen onnodig plastic, stap over van eenmalig gebruik naar hergebruik, innoveer om ervoor te zorgen dat 100% van de plastic verpakkingen tegen 2025 gemakkelijk en veilig kunnen worden hergebruikt, gerecycled of gecomposteerd. Ik vind het heel goed dat Ahold Delhaize op wereldwijd niveau deze afspraken maakt. Met deze kennis doen ook wij ons voordeel in Nederland. Verder rapporteert Ahold Delhaize jaarlijks. Het zal duidelijk zijn dat dat de optelsom is van de activiteiten van de Ahold Delhaize ketens over de wereld, waarbij Albert Heijn een belangrijke rol speelt'

Eén van de doelen is overgaan van eenmalige naar meermalige verpakkingen. In hoeverre is dat haalbaar voor een supermarktketen, waar het merendeel van de producten verpakt is?

'We zijn aan het kijken waar dit binnen onze winkels kan. Mooi voorbeeld zijn de herbruikbare verszakjes op de groente-, fruit- en broodafdeling. Ook doen we een pilot met een herbruikbare fles bij de sinaasappelpers in de winkel. De klant koopt de fles eenmalig en kan deze telkens opnieuw vullen. En we werken samen met Ecover met navulstations voor (af)wasmiddel en allesreiniger in onze XL-winkel in Nijmegen en Den Haag. Allemaal mooie innovaties waar we van kunnen leren.'

Gaat de innovatie van verpakkingen en recycling snel genoeg om 100% recyclebare verpakkingen mogelijk te maken?

'Wat ik vertelde over de PET-trays geeft aan dat wij graag zouden willen dat het sneller gaat. Nogmaals, samenwerking in de hele keten is echt heel belangrijk. Als Albert Heijn kunnen we stimuleren om tot innovaties te komen. En wat je ook ziet is dat tariefdifferentiatie van de afvalbeheersbijdrage helpt om innovaties aan te jagen. Een goed voorbeeld daarvan is de ontwikkeling van goed recyclebare lijmen voor etiketten. Die is door het lagere tarief voor goed recyclebare kunststof verpakkingen echt in een stroomversnelling geraakt.'

Ziet u een rol weggelegd voor wetgeving om bepaalde stappen af te dwingen, zoals bijvoorbeeld het verplicht toepassen van gerecycled kunststof in verpakkingen?

'Ik heb er vertrouwen in dat een Plastic Pact maakt dat we allemaal de nodige stappen zetten. Albert Heijn gebruikt veel gerecyclede content in verpakkingen ondanks de hogere prijs. Ook nu de prijzen van nieuw kunststof en gerecycled kunststof nog verder uit elkaar liggen, blijven we dat doen. Om andere partijen daar ook toe te bewegen zou een lager tarief voor het toepassen van gerecyclede content kunnen helpen. Daarnaast is er behoefte aan simpele en duidelijke regelgeving voor het veilig toepassen van recyclelaat in direct voedselcontact. De trajecten die daarbij nu

moeten worden doorlopen zijn zeer langdurig en niet consistent.'

In hoeverre leeft dit onderwerp bij de klant? Hoe betreft u de klant bij alle veranderingen?

'Het is een onderwerp dat absoluut leeft bij onze klanten. We informeren hen via wegwerplogo's op de verpakking. En geven op de verpakking informatie over verduurzaming. Zo zetten we iconen op een verpakking als deze recyclebaar gemaakt is, als er een significante hoeveelheid recyclelaat is toegevoegd of als de verpakking kleiner is geworden. Zo nemen we consumenten mee. En die klant heeft zelf ook invloed. Via onze eigen klantenservice kwamen vragen binnen over onze stokbroodzak die uit papier én plastic bestond. Klanten wisten niet bij welke verpakking ze het moesten weggooien. Uiteraard luisteren we daarnaar. Inmiddels zijn deze zakken van monomateriaal gemaakt. Duidelijker voor de klant en beter te recyclen.'

'Uiteraard lopen we tegen dilemma's aan. De verpakking van veel voeding heeft immers een functie!'

