**Reactie Albert Heijn**

**Albert Heijn en voedselverspilling**

Albert Heijn richt zich, als het gaat om de vermindering van voedselverspilling, vooral op preventie. Dit is al jaren zo. Daar is niet iets in gewijzigd de afgelopen tijd.

Wij gebruiken een slim bestelsysteem: alles wat langs de kassa gaat, wordt automatisch weer aangeleverd. Het systeem houdt ook rekening met bijvoorbeeld het weer en feestdagen. Zo zorgen we ervoor dat het aanbod in de winkel zo goed mogelijk is afgestemd op de verwachte verkoop. Maar ook hebben we bijvoorbeeld Dry Misting in onze winkels, het vernevelen van kleine druppeltjes boven ons groente en fruit. Zodat de producten goed op temperatuur blijven, waardoor ze langer vers blijven. We hebben dit zo’n twee jaar geleden geïntroduceerd en rollen dit nu uit naar uiteindelijk alle winkels.

Wij maken ook gebruik van de 35% stickers. Dit doen we al meer dan 10 jaar. Deze sticker wordt voor 10 uur 's ochtends op producten geplakt en zorgt ervoor dat ze de hele dag met korting verkocht worden. Producten die langer houdbaar zijn of die je niet in een dag kan opeten, prijzen we enkele dagen voor de THT al af. Dit is een mooie manier om voedselverspilling te verminderen en klanten een korting te geven.

[www.ah.nl/over-ah/duurzaamheid/voedselverspilling](http://www.ah.nl/over-ah/duurzaamheid/voedselverspilling)

**Albert Heijn en Voedselbanken Nederland**

Albert Heijn en Voedselbanken Nederland werken al jaren nauw samen. Voor Albert Heijn geldt dat wij nog steeds ongeveer evenveel producten doneren aan de Voedselbank als in voorgaande jaren, dat zijn zo’n 4,3 miljoen producten per jaar.

Maar belangrijk om hierbij te vermelden, onze partnership met de Voedselbank reikt verder dan alleen producten doneren. Wij delen veel kennis en informatie over bijvoorbeeld logistiek en bestelsystemen. Daarnaast stelt Albert Heijn zijn landelijke winkelnetwerk beschikbaar om lokale en landelijke inzamelingsacties te organiseren. Wij zijn continu met de Voedselbank in gesprek over wat wij voor hen kunnen betekenen.

Begin september hebben we een grote landelijke inzamelingsactie georganiseerd in samenwerking met de Voedselbank, gericht op het ontbijt. Deze actie was een groot succes. Er zijn landelijk circa 300.000 ontbijtproducten ingezameld. De lokale voedselbanken zorgen ervoor dat deze producten op de juiste plek van bestemming komen. Dit soort acties doen we vaker.

Ook heeft Albert Heijn onlangs als eerste grote partij in Nederland een online donatieknop geïntroduceerd. Op ah.nl kunnen klanten bij een online bestelling ervoor kiezen een financiële bijdrage te geven aan de voedselbank. Dit bedrag kan 1,-, 2,50 of 5,- euro zijn. Mede door de opbrengst van deze donaties, is Voedselbanken Nederland in staat om de operationele en logistieke kosten te financieren.