



Zaandam, 19 mei 2023

Aan: Stichting Foodwatch

T.a.v. Anke Bakker, Campaigner

Betreft: uw vragen per email van 20 april jl. over het gebruik van pesticiden voor de productie van voedsel

Beste mevrouw Bakker,

Hierbij reageren wij op uw brief van 20 april, waarin u aangeeft bezig te zijn met een onderzoek naar het gebruik van pesticiden voor de productie van voedsel, en waarin u specifieke vragen heeft over ons assortiment, inkoopbeleid en toekomstplannen.

Graag wil ik erop wijzen dat in ons Duurzaamheidsverslag 2022 (te vinden via deze [link](#)) ook veel informatie te vinden is die gerelateerd is aan uw vragen.

1. Heeft Albert Heijn een visie of code of conduct gericht op de impact van het inkoopbeleid op milieu, biodiversiteit en volksgezondheid? Zo ja, wordt hierin iets vermeld over de wenselijkheid van het gebruik van pesticiden bij de productie van levensmiddelen?

Wij stellen diverse eisen aan de productie van onze eigenmerkartikelen, waarbij onze artikelen altijd voldoen aan de geldende wet en regelgeving en wij daar bovenop extra eisen stellen op het gebied van voedselveiligheid en duurzaamheid zoals vastgelegd onze Inkoopvoorwaarden: [Exhibit E](#)

In de Exhibit E staan o.a. eisen vermeld over het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen bij de productie van onze eigenmerkproducten.

We vragen van de leveranciers van onze eigenmerkproducten om te voldoen aan certificering op het gebied van product- en voedselveiligheid en om te werken volgens milieu- en sociale standaarden. Voedselveiligheid is voor ons een harde inkoop eis. Daarom is een Global Food Safety Initiative (GFSI) erkend certificaat een belangrijke vereiste voor onze eigenmerkleveranciers. In 2022 had 99,1% van onze eigenmerkleveranciers een geldig GFSI-erkend certificaat. Als uitgangspunt van onze due diligence aanpak, identificeren wij kritische producten en grondstoffen met een hoger risico voor mens en milieu. De beoordeling van mogelijke risico's voor onze eigenmerkproducten brengen we met behulp van de Ahold Delhaize risicotool in kaart. In deze risicotool is een aantal belangrijke sociale en milieu issues opgenomen, o.a. het risico op landconversie of ontbossing, het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen, en water. De tool is gebaseerd op verschillende externe bronnen, waaronder de Yale University Environmental Performance Index (EPI). Op basis van de resultaten van de jaarlijkse risicoanalyse, gaat Albert Heijn in gesprek met haar leveranciers om risico's te voorkomen of verminderen. Dat doen wij altijd in samenwerking met onze leveranciers. Het resultaat van deze samenwerking kan zich uiten in nieuwe duurzaam-inkoop beleids-eisen aan die alle leveranciers van bepaalde producten/grondstoffen moeten voldoen. Wij monitoren voortgang en zijn binnen ons jaarlijks duurzaamheidsverslag transparant over ons voortgang en uitdagingen.

Via deze [link](#) is meer informatie te vinden.

Voor groente en fruit uit het buitenland werken wij samen aan verduurzaming met het Wereld Natuur Fonds. Samen met het WWF-NL zetten wij science based ambities op gebied van klimaat, biodiversiteit, landbouw, water, verspilling, etc, om de productie van voedsel (onder anderen groenten en fruit van ver) te verbeteren. Voor groenten en fruit van ver werken wij samen met onze leveranciers en het WWF-NL om een programma vorm te geven dat ons gaat helpen met het realiseren van de ambities die gesteld worden binnen de samenwerking met WWF-NL. Wij werken al heel lang met onze AGF-leveranciers van ver, en allen zijn al Global G.A.P en BSCI (of equivalent) gecertificeerd als basis. Ook werken wij met veel leveranciers binnen de Albert Heijn Foundation om werk en leefomstandigheden voor medewerkers en gemeenschappen te verbeteren. Het AGF van ver programma, dat wij in samenwerking met WWF-NL bouwen, wordt een step-up op basis daarvan.

2. Beschikt Albert Heijn over data over het gebruik van pesticiden bij de productie van levensmiddelen voor het winkelassortiment en bent u bereid deze te delen?

De impact op mens en milieu van het gebruik van pesticiden is een belangrijk onderdeel van onze risicoanalyse, en dus ook om producten/ingrediënten te identificeren waar verbeteringen uitgevoerd moeten worden op dat gebied. Zo hebben wij bijvoorbeeld vorig jaar hebben wij door de implementatie van ons due diligence cyclus basmati rijst productie geïdentificeerd als een belangrijk risico voor mens en milieu mbt het gebruik van pesticides. Op basis daarvan hebben wij een aanpak ontwikkeld waardoor wij binnen 2 jaar alleen eigenmerk basmati rijst gaan verkopen die voldoet aan de eisen van het Sustainable Rice Platform of Biologisch geteeld is. In 2022 was het eerste SRP basmati rijst product al op schap. Door een risico-gebaseerde aanpak te gebruiken, zorgen wij ervoor dat wij proactief risico's voor mens en milieu uitzoeken, en daar ook proactief actie op ondernemen – zoals ook als wenselijk beschreven binnen de OESO richtlijn.

Alle telers wereldwijd die groente en fruit voor AH telen, zijn Global G.A.P. gecertificeerd. Een verplicht onderdeel van dit certificaat is het bijhouden van een registratie van gewasbeschermingsmiddelen door de teler. Sinds 2020 vragen wij onze Nederlandse telers om deze registratie in een online registratietool (Agrovision, Cropvision, Agromanager of Teeltcentraal) in te voeren. In deze online registratietool is voor AH een rekentool te ontwikkeld waarmee de milieu impact van het bestrijdingsmiddelengebruik door de teler berekend kan worden. De milieu impact wordt uitgedrukt in Milieu Belastings Punten (MBP). Deze systematiek is ontwikkeld door het Centrum voor Landbouw en Milieu (CLM). Deze registratie is toegankelijk voor AH. Hiermee hebben wij inzicht in het gebruik van de gewasbeschermingsmiddelen van onze telers. Wij streven ernaar om 100% van onze telers via deze online tool hun middelengebruik te laten registreren, en op dit moment is dit gebruik onder onze Nederlandse telers ongeveer 95%. Deze data is eventueel beschikbaar en inzichtelijk, wij zouden wel graag vooraf willen weten wat Foodwatch beoogt te gaan doen met deze data. De data kan worden ingezien, niet gedeeld.

Daarnaast zijn bijvoorbeeld al onze thee en theevarianten Rainforest Alliance gecertificeerd. RFA heeft de focus op de het reduceren en voorkomen van Highly Hazardous Pesticides (HHP's). De grondstoffen worden getoetst op de aanwezigheid van HHP's en andere pesticides, zodat de eindproducten voldoen aan de Europese regelgeving.

Ook voor al onze cacao geldt dat het Rainforest Alliance gecertificeerd is of Fairtrade/Bio. Voor Fairtrade/Bio (een vaste combinatie die we gebruiken) gelden de bio richtlijnen voor het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Voor onze RA-gecertificeerde cacao gelden de eisen vanuit Rainforest Alliance.

3. Heeft Albert Heijn een strategie om het gebruik van pesticiden voor de productie van levensmiddelen in het assortiment te verminderen?

Albert Heijn wil samen beter eten bereikbaar maken. Voor iedereen. Dit doen wij met een groot assortiment verse, gemakkelijke, betaalbare en duurzame producten. Continu verbeteren en verduurzamen wij ons assortiment. Dit doen wij in samenwerking met al onze partners, onze vaste leveranciers, varkens-, melkvee- en, pluimveehouders en onze aardappelen, groente- en fruitteilers.

De samenwerkingen met onze vaste boeren en telers geven wij vorm via Beter voor Natuur & Boer. Een intensieve samenwerking, in gesloten, transparante ketens met een gezond verdienmodel voor alle partijen vormen hierbij de basis. In alle programma's komen de facetten natuur en boer terug. Iedere keten met eigen kenmerken, maar altijd dynamisch en in ontwikkeling; toekomstgericht, in het streven het elke dag beter te doen.

Beter voor Natuur & Boer is gebouwd op een langdurige samenwerking en wederzijds vertrouwen. We maken goede afspraken over afnamegarantie, een gezond verdienmodel en een compensatie voor initiatieven op het gebied van duurzaamheid.

In Beter voor Natuur & Boer willen we de impact van gewasbeschermingsmiddelen op het milieu zo laag mogelijk houden. Hier werken we aan door op basis van de teeltregistraties van de afgelopen drie jaar telkens het gesprek met elkaar aan te gaan. Om de impact op het milieu verder terug te dringen, verwachten we dat telers minimaal één keer per teelt een niet-chemische onkruidbestrijding uitvoert en bij de bestrijding van bepaalde specifieke plagen in de basis eerst niet-chemische methoden gebruikt. Je kunt hierbij denken aan de inzet van natuurlijke vijanden, feromoonverwarring of het gebruik van vallen. Tevens verwachten we dat ze geen chemische grondontsmetting gebruiken op hun percelen.

En natuurlijk houden onze leveranciers waar wij onder andere groente, fruit en rozijnen van afnemen zich aan de huidige Europese wet- en regelgeving met betrekking tot gewasbeschermingsmiddelen.

Aardappel, groente en fruit is voor Albert Heijn een belangrijke categorie. Daarom nemen wij stappen om zo transparant mogelijk te zijn over de herkomst van deze producten en stellen we eisen waaraan alle aardappel-, groente- en fruitproducten moeten voldoen. Bijna al onze wereldwijde aardappel-, groente- en fruitproductielocaties zijn GLOBAL G.A.P. -gecertificeerd. Dit certificaat heeft betrekking op voedselveiligheid en traceerbaarheid, milieu en gezondheid van werknemers. Ook voldoen veel productielocaties aan GROW, het Albert Heijn-protocol voor beheersing van residuen van bestrijdingsmiddelen. Concrete eisen in GROW zijn oa het naleven van de Albert Heijn-eis dat op onze groente en fruit maximaal 50% van de wettelijke toegestane hoeveelheid residuen van gewasbeschermingsmiddelen (MRL) aanwezig mag zijn, en maximaal 50% van de gezondheidsnorm (ARfD). Wij monitoren door middel van labanalyses op AGF ook intensief op de aanwezigheid van residuen van gewasbeschermingsmiddelen zodat wij ook inzicht hebben in de prestaties van onze

leveranciers op dit gebied. Op dit moment zijn wij aan het onderzoeken welke stappen we nog meer kunnen zetten om de hoeveelheid residuen van gewasbeschermingsmiddelen op onze groente en fruit verder omlaag te brengen.

Verder voldoen al onze 360 Nederlandse telers van AGF, die samen zo'n 50% van ons jaarrond volume leveren, aan de eisen van het Beter Voor Natuur & Boer schema, waarin ook eisen gesteld worden aan het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. De eisen tav chemische gewasbeschermingsmiddelen uit het BV Natuur & Boer programma voor AGF omvatten oa het volgende :

- Elke teler berekent de milieu impact van zijn teelt obv de Milieu Belasting Punten, en stelt een reductieplan op indien nodig om de milieu impact te verlagen en de inzet van risicovolle gewasbeschermingsmiddelen te verminderen
- Een aantal specifieke middelen is helemaal niet toegestaan in BV
- Telers moeten in het teeltseizoen minimaal één keer een niet-chemische onkruidbestrijding
- Voor specifieke plagen moeten vooral natuurlijk vijanden of andere vormen van biologische bestrijding worden toegepast
- Grondontsmetting met gewasbeschermingsmiddelen om ziekten & plagen te doden voorafgaand aan een nieuwe teelt is niet toegestaan
- Verder stellen wij bovenwettelijke eisen aan het gebruik van glyfosaat; dit mag maar beperkt worden gebruikt met een maximum van 1,25 kg actieve stof/ha/jr op bedrijfsniveau, waarbij het onze ambitie is om in 2025 geen glyfosaat meer te gebruiken
- Telers moeten gebruik maken van drift reducerende spuittechnieken met minimaal 90% driftreductie om te voorkomen dat middelen in het grondwater of bodem terecht komen

Zie voor meer informatie rondom de specifieke eisen mbt gewasbeschermingsmiddelen het auditschema AGF en de Brochure AGF .

Meer informatie over GROW is te vinden op de website van Global GAP: www.globalgap.org/uk_en/for-producers/globalg.a.p.-add-on/AH-DLL-GROW/

4. Heeft Albert Heijn een concreet inkoopbeleid met betrekking tot het gebruik van pesticiden voor de voedselproductie?

Zo ja: Zowel in onze Inkoopvoorwaarden voor eigenmerkleveranciers (Exhibit E) en via ons teeltprotocol GROW is dit geborgd voor AGF (zie toelichting bij de vraag hierboven)

- welke KPI's gebruikt u om dit te controleren? Wat zijn uw laatste resultaten?

Wij monitoren de aanwezigheid van residuen van gewasbeschermingsmiddelen op onze AGF producten. Op jaarbasis worden ongeveer tussen de 700- 800 monsters genomen voor het totale assortiment. Gemiddeld genomen voldoen ongeveer 96-97% van de monsters op AGF aan de door ons gestelde residu eisen van maximaal 50% van de MRL en 50% van de ARfD. Op dit moment zijn wij in gesprek met onze leveranciers om te onderzoeken hoe de hoeveelheid residuen van gewasbeschermingsmiddelen op AGF nog verder omlaag kan.

- is dit beleid gericht op de volgende productgroepen?

o Fruit Ja, zie hierboven

- o **Groenten** [Ja, zie hierboven](#)
- o **Brood of andere graanproducten** [Nee](#)
- o **Andere productgroep** [Nee](#)

5. Heeft Albert Heijn projecten of programma's rondom (huis)merken om het assortiment van gelabeld biologisch of pesticidevrij geproduceerd voedsel te vergroten? Zo ja: welke projecten of programma's zijn er met betrekking tot de volgende productgroepen?

- o **Fruit**
- o **Groenten**
- o **Brood of andere graanproducten**
- o **Andere productgroep**

Zie hiervoor ook ons Duurzaamheidsverslag over 2022, op pagina 55: Biologische producten zijn bij Albert Heijn breed beschikbaar. We zijn trots dat Albert Heijn de supermarkt is met het grootste assortiment biologische producten en breiden dit ook steeds verder uit. In 2022 lagen er in totaal 1.943 biologische producten in onze schappen. Binnen ons assortiment van aardappel, groente en fruit bieden we klanten vaak de keuze tussen biologisch en niet biologisch geteeld. Sinds 2022 hebben we besloten om voor pompoen, gember, rode- en witte kool, rode bieten, pastinaak en (baby) romainesla het hele jaar door uitsluitend 100% biologische producten aan te bieden. Alle AH houdbare volkoren pasta is sinds 2022 ook biologisch.

We stimuleren onze klanten graag om meer biologisch te eten. Daarom hadden we in 2022 het hele jaar door biologische producten in de schijnwerpers met wekelijkse bonusaanbiedingen. Met de Beter eten nieuwsbrief inspireren we onze klanten om biologisch te koken door het 'biorecept'. In de zomer konden onze klanten alles over biologische producten en recepten lezen in onze Allerhande met het thema Bio. Ondanks deze extra stimulans en inspiratie zagen we de verkoop van biologische producten in 2022 niet stijgen. Dit bleek een landelijke trend in 2022.

In 2022 bestond Mijn Albert Heijn Premium 1 jaar. Inmiddels hebben meer dan 675.000 klanten het abonnement. Klanten met Mijn Albert Heijn Premium krijgen 10% korting op alle biologische producten. Ook op deze manier maken we de biologische keuze makkelijk en aantrekkelijk. En dat werkt: klanten met Mijn Albert Heijn Premium besteden gemiddeld 25% meer aan biologisch assortiment. De populairste biologische producten onder abonnees zijn groente, aardappelen, zuivel, gekoelde sappen en ontbijtproducten.

In Nederland worden de richtlijnen van het Europees Biologisch keurmerk gecontroleerd door Skal. Ook onze winkels en onze distributiecentra zijn in 2022 gecertificeerd door Skal. In de winkel hebben we de groene biologische schapkaart bij onze biologische producten. De biologische producten in ons aardappel, groente en fruit assortiment kunnen hierdoor uit de verpakking worden gehaald als dat niet ten koste gaat van de kwaliteit, en van sommige producten verkopen we alleen een biologische variant dus daar is de verpakking ook niet nodig.

6. Heeft Albert Heijn concrete doelstellingen om het totale assortiment biologisch of pesticidevrij geproduceerd voedsel in de volgende productgroepen te vergroten?

- o **Fruit**
- o **Groenten**
- o **Brood of andere graanproducten**
- o **Andere productgroep**

Zie hiervoor het antwoord op vraag 5, dus middels het vergroten van het biologisch assortiment, bonusaanbiedingen, biorecepten, mijn AH Premium en specifieke schapkaartjes proberen wij klanten voor biologisch te laten kiezen.

7. Is het inkoopbeleid van Albert Heijn ook gericht op het verminderen van het aandeel conventioneel (met bestrijdingsmiddelen) geproduceerde voedingsmiddelen in het assortiment?

Onze ambitie is om de verkoop van biologische producten te stimuleren en dat aandeel te vergroten. (zie ook vraag 5)