

Voedselproducenten, help consumenten met een voedselallergie of -intolerantie. Hierbij doe ik een beroep op u om informatie over de ingrediënten van uw product via GS1 beschikbaar te maken. Eén miljoen klanten met een voedselallergie willen dolgraag direct weten of zij uw product veilig kunnen eten. U kunt hen daarbij helpen.

# Help consumenten met voedselallergie

Voedselallergieën komen relatief vaak voor: volgens schattingen bij twee à drie procent van de volwassenen en bij zeven à acht procent van de kinderen. Cijfers van Europrevall wijzen uit dat het aantal mensen met een voedselallergie toeneemt. Het is nog altijd niet duidelijk hoe dat nu precies komt. Wat wel overduidelijk is, is dat mensen met een voedselallergie daar iedere dag weer mee worden geconfronteerd en de persoonlijke gevolgen voor hen groot zijn.

## Eén miljoen

Nu zult u misschien denken: is twee à drie procent van alle volwassenen nu zoveel? Mijn antwoord daarop is: jazer! Al deze mensen met een allergie hebben vrienden en familie die voor elkaar boodschappen doen en eten klaarmaken. U kunt zich voorstellen dat al die mensen precies willen weten welke voedingsstoffen in een product zitten, welke producten ze beter niet kunnen kopen én welke producten ze probleemloos kunnen eten. Grofweg gerekend kun je stellen dat ongeveer vijftien procent van alle mensen die boodschappen doet, rekening houdt met een allergie: van een familielid, een vriend of zichzelf.

In Nederland gaan er iedere dag zes miljoen mensen naar een supermarkt. Vijftien procent daarvan is ongeveer één miljoen. Dagelijks vragen dus één miljoen mensen zich tijdens het boodschappen doen af: zitten er allergenen in dit product of niet?

## Betrouwbaar

Wij moeten die één miljoen mensen met z'n allen een snel en betrouwbaar antwoord op die vraag kunnen geven. Die informatie alleen via het etiket aanbieden, volstaat niet meer in het huidige



Simone Hertzberger: “De consument wil altijd en overal informatie over allergenen.”

digitale tijdperk. We moeten digitale diensten toevoegen aan onze papieren informatievoorziening. Consumenten kunnen meer en meer de gehele dag overal online zijn en hebben daarmee toegang tot enorme hoeveelheden informatie. Consumenten verwachten van ons dat zij informatie over allergenen kunnen raadplegen, overal en op momenten waarop zij daar behoefte aan hebben.

## Allergie Check

In de Albert Heijn-winkel in Huizen zijn we in november 2010 gestart met een proef met de Allergie Check. Deze normale handscanner geeft klanten tijdens het boodschappen doen ook informatie over de aanwezigheid van allergenen in

producten. Klanten kunnen in de winkel een allergenenprofiel aanmaken en die koppelen aan hun bonuskaart. Tijdens het scannen van de boodschappen zien klanten op het display van de scanner dan of het product één van de opgegeven allergenen bevat.

## Database

De benodigde data voor deze proef komen uit onze specificatiedatabase die – uiteraard onder de hoogst mogelijke vertrouwelijkheid – opgeslagen is bij GS1. Deze database bevat echter alleen nog gegevens voor de eigen merkproducten van Albert Heijn. Gegevens van A-merken ontbreken. Dat is jammer, want klanten kopen in onze winkels ook A-merkproducten en willen ook van die producten weten of er allergenen inzitten of niet.

## Unilever

Unilever heeft onlangs positief gereageerd op ons verzoek om allergeneninformatie van hun producten te verstrekken aan GS1. Straks kunnen onze klanten dus ook bij het scannen van Unilever-producten zien of deze veilig voor hen zijn. Wij hopen dat ook andere A-merkproducenten inzien hoe belangrijk hun informatie is voor onze gezamenlijke klanten. Steun ons om consumenten met een voedselallergie te helpen en voorzie GS1 van informatie over uw producten. Eén miljoen klanten per dag zullen u er dankbaar voor zijn.

## Simone Hertzberger

Dr. S. Hertzberger, hoofd Kwaliteit en Productduurzaamheid, Ahold Europa,  
075-6592520, Simone.Hertzberger@ahold.com