



Verpakkingsdata belangrijk onderdeel van duurzaam ondernemen

Verpakkingsevent GS1

21 november 2023

A woman with dark hair is looking directly at the camera. She is wearing a bright orange sweater and a green knit beanie. The beanie is decorated with several pieces of colorful plastic: a yellow piece, a blue piece, a pink piece, and a green piece, along with a small plastic fork and a small plastic bottle. She is holding a large, reusable yellow mesh shopping bag in her right hand. The bag is filled with various items, including a green plastic bottle, a blue plastic bottle, a white plastic bottle, and some green leafy vegetables. A clear plastic bottle is also visible behind the mesh bag. In her left hand, she is holding a crumpled yellow plastic bag. The background is a solid light blue color.

7

verpakkingen per dag

Hoeveel verpakkingen gebruikt een consument gemiddeld per dag?

Agenda

- Intro
- Veranderende wereld en de impact op onze data stromen
- Waarom is verpakkingsdata belangrijk voor Albert Heijn
- Learnings van verpakkingsdata bij Albert Heijn



De wereld om ons heen verandert razendsnel



De ontwikkeling en belang van data

Noodzaak om sneller, meer en vooral **betrouwbaardere data** te hebben



Ontwikkelingen in
de markt en intern

Nieuwe soorten
data nodig



Klant

Duurzamer
Gezonder
Sneller

Dier- & Milieuvriendelijk
Eco en nutri-scores,
Inzicht / beschikbaarheid
online, app- en in winkel



Wetgeving

Complexer
Meer verantwoordelijkheid
producent / importeur
Strengere milieu eisen

Statiegeld blik,
afvalbeheersbijdrage,
plastictax (SUP),
recyclebaarheid,
productpaspoort



Strategie

Sterke beweging in de missie
op duurzaamheid
Gezonde en inspirerende
partner (betrouwbaar)

Plastic, CO2,
Foodwaste, Healthy Living
Sales (ESG), Vega(n), Bio
Eiwittransitie

Onze missie

Wie we zijn

**Albert Heijn
is je vertrouwde
en
inspirerende
partner.**

Onze missie

**Samen beter
eten bereikbaar
maken. Voor
iedereen.**

Wat we willen bereiken in 2025

**Een betekenisvolle
bijdrage aan een
gezonde, sociale
en duurzame
samenleving.**

Verpakkingsdata is belangrijk voor Albert Heijn

Vorig jaar het eerste AH Packathon Event georganiseerd met externe partijen.



<https://app.frame.io/reviews/7bfa1876-200a-4580-9bab-b8918182a53f/7b19f277-3c78-45b1-ae90-c42f2f4a931a?version=9319017b-3eff-45b0-9988-d44b83915473>

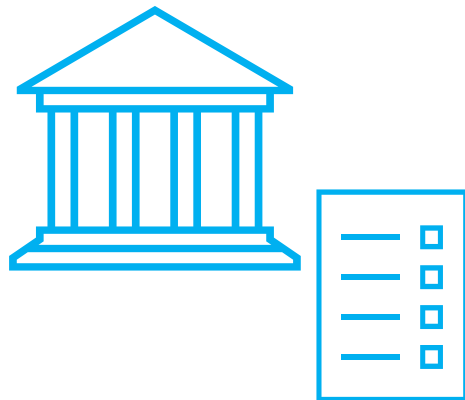


Learnings van verpakkingsdata bij Albert Heijn

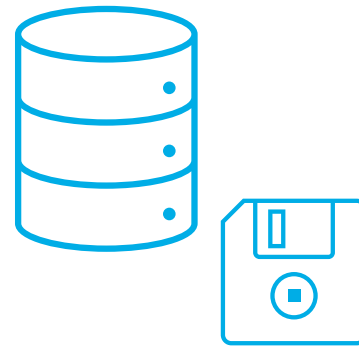
Hoe zijn we van start gegaan



Gespecialiseerd
verpakkingsteam



Duidelijke governance,
proces en instructies



Centraal systeem voor
data opslag en analyse



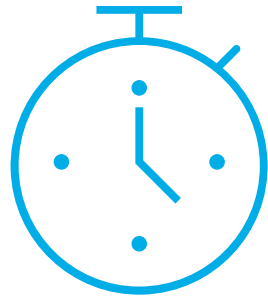
Continu monitoren en
bijsturen met juiste prio

Learnings van verpakkingsdata bij Albert Heijn

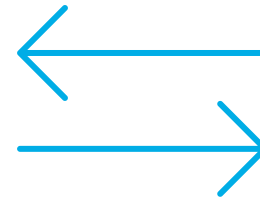
Wat hebben we geleerd



Verpakking is geen core-business, maar nieuw en complex



First Time Right is een utopie in de begin fase, gemiddeld 7x afstem nodig



Bewustwording Commercie recycle kansen bij productontwikkeling



Centrale data is kompas om doelstellingen te behalen

Let's share packaging data for a better world

Gebruik GS1 om verpakkingsdata uit te wisselen en geef feedback om te versimpelen

Verpakkingsdata is
vanaf nu onderdeel van
uw artikeldata

Zorg voor centraal team
welke gespecialiseerd is
in verpakkingen

Neem de tijd om
verpakkingsdata op te
vragen / te verzamelen



Zorg voor centralisatie van
uw verpakkingsdata t.b.v.
inzichten en kansen

Met duurzame
verpakkingen kunt u
onderscheidend zijn



Zijn er vragen?

