nieuws

Delhaize gaat huismerken gezonder maken

nieuws

Delhaize gaat de eigen merken van voedingswaren screenen op gezondheid en evenwichtigheid. Een zevenkoppig team van diëtisten gaat het huismerk Delhaize, het eersteprijsmerk 365 en het eigen biogamma van Delhaize screenen op drie criteria: smaak, voedingswaarde en samenstelling.De ongezonde elementen wil de warenhuisketen terugdringen.

18 OKTOBER 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:13

Lees meer over:
distributie
gezondheid

Delhaize gaat de eigen merken van voedingswaren screenen op gezondheid. Een team van diëtisten gaat het huismerk Delhaize, het eersteprijsmerk 365 en het eigen biogamma van Delhaize onderzoeken op smaak, voedingswaarde en samenstelling.
“Het is de bedoeling om de ongezonde elementen zoveel mogelijk terug te dringen en de gezondheidsbevorderende ingrediënten op te drijven”, luidt het.
“De consument wil voedzame, veilige en gezonde voeding tegen aanvaardbare prijzen. Voedselveiligheid is de evidentie zelf, maar met andere aspecten wil het nog wel eens tegenvallen. Hoe is het anders te verklaren dat de helft van de Belgen kampt met overgewicht”, stelt dokter Tim Lammens. Hij is bij Delhaize onder meer verantwoordelijk voor de voedselkwaliteit en –veiligheid en staat aan het hoofd van een zevenkoppig team van diëtisten.
Lammens benadrukt dat Delhaize al eerder zijn klanten heeft geïnformeerd over gezonde en evenwichtige voeding. “Maar dat zijn woorden natuurlijk. Ons engagement is veel sterker als we ook zelf aan onze producten gaan sleutelen.” Delhaize wil dit doen door de eigen huismerken “duurzaam én verantwoord” te maken. Die huismerken maken intussen al 40 procent van het totale assortiment uit.

In bepaalde gevallen zal er daarom gesleuteld worden aan de samenstelling van de producten die in de winkel liggen. “Op die manier hebben we de hoeveelheid suiker, vetten en zout in bijvoorbeeld onze ontbijtgranen Crunchy al sterk verminderd, zonder de smaak te veranderen. Ontbijtgranen van Delhaize bevatten 90 procent minder suikers, 75 procent minder vetten en vijf keer meer vezels dan die van de grote merken. Bovendien vermijden we smaakversterkers, bewaarmiddelen en kleurstoffen”, aldus Tim Lammens.
Delhaize wil ook het zoutgehalte in zijn brood met 20 procent terugdringen. "Als we daar in slagen, dan krijgt de Belgische bevolking op jaarbasis 38 ton minder zout binnen. Op één jaar tijd verkopen we immers 1,6 miljoen broden", aldus de diëtist. Hij ziet als grootste uitdaging niet het terugdringen van de ongezonde componenten in voeding, maar wel de smaak behouden van het oorspronkelijke product. "Anders verkoopt het voor geen meter."
De grootwarenhuisketen wil deze inspanningen ook kenbaar maken aan de consument. In echte Delhaize-traditie komt er een nieuwe spaaractie die deze hele gezondheidscampagne in de verf moet zetten. De actie wordt samen met het Belgisch Olympisch en Interfederaal Comité (BOIC) georganiseerd.

Bron: De Standaard/eigen verslaggeving

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada