nieuws

PepsiCo engageert zich voor strijd tegen landroof

nieuws

Onder druk van de Oxfam-campagne 'Behind The Brands' kondigt het drank- en voedingsconcern PepsiCo aan zijn inkoopbeleid voor palmolie, soja en suikerriet duurzamer te maken. Het bedrijf belooft onder meer 'zero tolerance' voor landroof en onderzoek naar de impact van de toeleveringsketen en meer transparantie over de aankoop van grondstoffen.

19 MAART 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:24

Lees meer over:
wereld
voedingsindustrie



Onder druk van de Oxfam-campagne 'Behind The Brands' kondigt het drank- en voedingsconcern PepsiCo aan zijn inkoopbeleid voor palmolie, soja en suikerriet duurzamer te maken. Het bedrijf belooft onder meer 'zero tolerance' voor landroof en onderzoek naar de impact van de toeleveringsketen en meer transparantie over de aankoop van grondstoffen.
In het kader van de Behind The Brands-campagne waarmee Oxfam de tien grootste voedselmultinationals van de wereld wil aansporen om hun toeleverings- en productieketen te verduurzamen, heeft Pepsico aangekondigd meer inspanningen te leveren om zijn aankoopbeleid duurzamer te maken. Concreet gaat het vooral over de aankoop van palmolie, soja en suikerriet, grondstoffen die in verband worden gebracht met landroof.
Het bedrijf zal een 'zero tolerance'-beleid hanteren inzake landroof en wil een grondig onderzoek instellen naar de effecten van de handel in grondstoffen in landen als Brazilië - de grootste suikerleverancier van PepsiCo - Mexico, Thailand en de Filippijnen. Het concern belooft ook meer transparantie over de aankoopvolumes en over welke bedrijven de belangrijkste toeleveranciers zijn van palmolie, soja en suikerriet.
"Toeleveranciers van PepsiCo die hun ingrediënten willen verkopen voor de productie van Lays, Doritos en Pepsi zullen moeten aantonen dat zij hun grond op verantwoorde wijze verkregen hebben", vat Bert Dhondt, hoofd campagnes bij Oxfam-Solidariteit, samen. "Geen bedrijf is te groot om niet naar zijn klanten te hoeven luisteren. De voedselindustrie kan wel degelijk verbeteren als consumenten dat eisen", aldus nog Dhondt.
Meer info: Behind The Brands

Bron: RetailDetail.eu

Beeld: Oxfam

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