



Seit 40 Jahren ist Alpro die pflanzliche Kraft der Ernährungsrevolution

Kontinuierliche Pionierarbeit mit starkem Engagement und Invest in Gesundheit und Nachhaltigkeit

17.09.2020 – Heute feiert Alpro 40 Jahre Vorreiterschaft in der Innovation pflanzlicher Lebensmittel. Seit dem Start als lokales Unternehmen, das pflanzliche Produkte für Menschen mit speziellen Ernährungsbedürfnissen herstellte, spielte Alpro eine wichtige Rolle dabei, zu einer gesunden Gesellschaft und einem gesunden Planeten beizutragen. Die Kultmarke mit belgischen Wurzeln expandierte in ganz Europa und schließlich weltweit mit einer breiten Vielfalt an pflanzlichen Nahrungsmitteln und Drinks. Im Jahr 2017 schloss sich Alpro der Dachmarke Danone an, um hier weiter seine einzigartigen Stärken auszubauen, den Ernährungswandel voranzutreiben und eine weltweite „Ernährungsrevolution“ zu initiieren.

Anlässlich seines 40. Geburtstags stellt Alpro einen neuen Maßnahmenplan für Gesundheit und Nachhaltigkeit bis 2025 unter dem Slogan „Feeding the Future with Plants“ vor. Dieses Engagement wurde heute bei einem feierlichen Geburtstagsereignis in der Produktionsanlage im belgischen Wevelgem in Anwesenheit der Bundesministerin für Arbeit, Wirtschaft und Verbraucher, Nathalie Muylle, bekanntgegeben. Die Veranstaltung wurde von Sue Garfitt, General Managerin von Alpro, und von Emmanuel Faber, CEO von Danone, geleitet.

Vier Jahrzehnte Pionierarbeit

Seit 1980 leistet Alpro Pionierarbeit mit dem Ziel, eine ausgewogenere Ernährung und einen nachhaltigeren Lebensstil voranzutreiben. Dies verleiht der Marke eine hohe Glaubwürdigkeit und großes Know-how. Das Engagement bezüglich Ernährung und Nachhaltigkeit wird durch die jahrelangen Innovationsbemühungen der Marke deutlich. Diese haben als Bestandteil einer langfristigen Vision und Strategie zu einem einzigartigen und umfangreichen Portfolio an pflanzlichen Produkten geführt. Als wichtigen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit treibt Alpro als verantwortungsbewusste Marke die Themen lokaler Rohstoffbezug, Landwirtschaft und Produktion innerhalb der Grenzen des Planeten sowie zugunsten einer gesunden Ernährung weiter voran.

„Die von uns angenommenen Ernährungsweisen sind nicht länger nachhaltig für den Planeten, daher müssen wir unsere Sichtweise in Bezug auf die Lebensmittelproduktion und den Konsum ändern“, erklärt Sue Garfitt, General Managerin bei Alpro. „Millionen Menschen sind sich der persönlichen und ökologischen Vorteile pflanzlicher Ernährung bewusst. Unsere Marke hat eine Mission, die darin besteht, eine pflanzenbetontere Ernährungsform zu fördern. Wir möchten weiterhin mehr Auswahl, Vielfalt und Geschmack bieten, und darum stehen die Innovationen bei Alpro immer im Mittelpunkt.“

Mit ihrem Ziel, pflanzliche Nahrungsmittel an die erste Stelle zu setzen, um die Art und Weise, wie die Welt sich ernährt, zum Besseren zu verändern, trägt die Marke Alpro zur globalen „Ernährungsrevolution“ bei, die Danone in Bewegung gesetzt hat.¹

Emmanuel Faber, CEO von Danone, erklärt: *„Ich bin sehr erfreut, dass die Entscheidungsträger erkennen, wie wichtig und dringend es ist, dass die Entwicklung des Ernährungssystems einen nachhaltigeren Weg einschlagen muss, der mit der Natur statt gegen sie arbeitet. Wir begrüßen starke internationale Engagements, wie beispielsweise die europäische Farm2Fork-Strategie.² Diese Initiative ermutigt die*

¹ „One Planet. One Health“ spiegelt die Vision von Danone wider, dass die Gesundheit der Menschen und des Planeten miteinander verflochten ist. Es ist ein Aufruf an alle Menschen, sich der Ernährungsrevolution anzuschließen: einer Bewegung, die darauf ausgerichtet ist, gesündere und nachhaltigere Ess- und Trinkgewohnheiten einzuführen.

² Die „Farm to Fork“-Strategie ist das Zentrum des „European Green Deal“, der Europa bis 2050 zum ersten klimaneutralen Kontinent machen soll. Sie befasst sich mit den Herausforderungen nachhaltiger Nahrungsmittelsysteme und erkennt eine Verbindung zwischen gesunden Menschen, einer gesunden Gesellschaft und einem gesunden Planeten.



Verbraucher, im Zuge der von wissenschaftlichen Experten geforderten planetarischen Ernährung, gesündere und nachhaltigere Essgewohnheiten anzunehmen, einschließlich mehr pflanzlicher Nahrungsmittel und Drinks. Dies zeigt, dass der Trend zu gesunden und nachhaltigen Produkten nicht mehr aufzuhalten ist und welche Rolle Lebensmittelunternehmen bei der Unterstützung pflanzenbetonter Ernährungsweisen spielen, die gut für den Planeten und gut für die Gesundheit sind.“

Alpro Produkte werden in mehr als 50 Ländern verkauft und sind in einer zunehmend wettbewerbsorientierten Verbraucherkategorie marktführend. Die Marke ist entschlossen, weiterhin eine Vorreiterrolle einzunehmen und kündigt heute erneut Investitionen in Höhe von mehr als 30 Millionen Euro in seinen Produktionsanlagen in Wevelgem (BE) und Kettering (UK) an, als Reaktion auf die schnell wachsende Nachfrage nach pflanzlichen Produkten.

Bereit für die Zukunft

Ihrer starken Herkunft und DNA entsprechend, steht die Marke Alpro perfekt im Einklang mit der Mission von Danone, in all ihren Tätigkeiten sowohl soziale als auch wirtschaftliche Werte zu verfolgen. Seit 2018 ist Alpro als B-Corp zertifiziert und somit Teil eines Netzwerks von Unternehmen, die soziale und ökologische Ziele mit finanziellem Erfolg kombinieren.

Alpro entwickelt diese Ambition jetzt mit seinem neuen Gesundheits- und Nachhaltigkeitsversprechen „Feeding our Future with Plants“ weiter. Mit Engagements, die sich auf die beiden Themen „Gesundheit“ und „Nachhaltigkeit“ konzentrieren, ist es Alpros Ziel, bis 2025 einen messbaren Wandel hin zu einer pflanzenbetonter Ernährung zu fördern. Alpros Engagements umfassen:

- Impulsgeber für Netto-Null-Arbeitsvorgänge mit konkreten Klimabestrebungen wie Null Kohlenstoffdioxid bzw. CO₂ - Emissionen, Null Wasser, Null Abfall
- Definition konkreter Aktionspläne für den Wechsel hin zu einer regenerativen Landwirtschaft, die sich insbesondere auf Biodiversität und Wasserverbrauch konzentriert.
- Schließen des Verpackungskreislaufs mit 100 % recycelbaren Verpackungen (derzeit sind es bei Alpro 76 %) sowie Verwendung von Pappbechern bei den pflanzlichen Joghurtalternativen.
- Reduktion des Wasser-Fußabdrucks pro Produkt um 60 % (die größte Wasseraufbereitungsanlage in Flandern wird im Frühling 2021 in der Alpro Fabrik in Wevelgem installiert).
- 50% der Produkte sollen zukünftig Ballaststoffquellen sein. Erweiterung der Vielfalt im Portfolio, wobei mindestens neun verschiedene pflanzliche Zutaten verwendet werden sollen (derzeit verwendet Alpro sieben).
- Implementierung einer transparenten, einfach lesbaren Nährwertkennzeichnung auf der Vorderseite der Verpackungen (wie zum Beispiel der bereits verwendete [Nutri-Score](#) – mit mehr als 90% grünen A und B Bewertungen für Alpro) bei 100 % der Produkte.

Über Alpro:

Alpro ist stolz darauf, Pionier für pflanzliche Nahrungsmittel und Getränke zu sein und stellt seit 40 Jahren köstliche pflanzliche Drinks, Joghurtalternativen, Kochcrèmes, Desserts und Eis her – auf Basis von Sojabohnen ohne Gentechnik, Kokosnüssen, Mandeln, Haselnüssen, Reis oder Hafer. Alpro gehört zu Danone, hat seine Zentrale in Gent (Belgien) und drei Produktionsanlagen in Belgien, Frankreich und dem Vereinigten Königreich. Alpro vermarktet seine Produkte in Europa und darüber hinaus, und trägt zum Wachstum pflanzlicher Lebensmittel bei. Alpro ist aufgrund seiner Bemühungen, soziale und ökologische Ziele mit finanziellem Erfolg zu kombinieren, seit 2018 B Corp-zertifiziert.

Weitere Informationen: www.alpro.com – Mehr über das Engagement in den Bereichen Gesundheit & Nachhaltigkeit: www.alpro.com/de/gut-fur-den-planeten

Kontakt:

Ann De Jaeger | VP General Counsel & Head of Corporate Affairs | +32 475 20 13 44 | ann.dejaeger@alpro.com

Candy Sierks | kommunikation.pur GmbH | +49 89 23 23 63 48 | alpro@kommunikationpur.com