

Maatschappelijk en sociaal verslag

2009/2010




Inhoud

Voorwoord	2	Voeding	38
Leeswijzer	4	Eerlijk & heerlijk	
Profiel	6	Biologisch	
Foodretail		Eerlijke handel	
Foodservice		Duurzaam	
Maatschappelijke verantwoordelijkheid		Streekproduct	
Visie op MVO, hoe wij werken		Verantwoord kalfsvlees	
Gedragcode		Varkensvlees van niet gecasteerde biggen	
Klokkenluidersregeling		Label Rouge kwaliteitskip	
Inkoopbeleid		Paling	
Relatie met leveranciers		Workshops 'duurzame vis op de kaart'	
Contact met VBDO		Duurzaam geproduceerde cacao	
Het vervolg		Maatschappij	42
Mensen	14	Zondagopenstelling	
Organisatie en medewerkers		Fairtrade Max Havelaar	
Doelstellingen		Alcohol en jongeren	
Arbeidsmarktontwikkelingen		Breakpoint, de gezonde schoolkantine	
Multiculturaliteit		Compensatie CO ² uitstoot van onze mailingen	
Personeel & Organisatie		Keuze voor containertransport over water	
Medewerkertevredenheid		Sponsoring	
ARBO		Het goede doel	
Leren en ontwikkelen		Liliane Fonds	
Onderscheidende methodiek gericht op professionalisering		Villa Pardoes	
Borgingstrainingen		Verenzorg	
Nieuwe opleidingen		Kerstpakkettenactie 2009	
Stagiaires		Aanpak, doelstellingen en borging	50
Ziekteverzuim		Prioriteiten en doelstellingen	
Ondernemingsraad		Aansluiten bij BSCI	
Arbeidsvoorwaarden		Diepvriesdagafdekking in onze supermarkten en zelfbedieningsgroothandels	
Personeelsbestand		Start met video-/teleconferencing	
Arbeidsproductiviteit		Implementatie nieuwe transporttechnieken	
Pensioenfondsen		Alternatieve motoren en brandstoffen	
Medewerkersparticipatie		Werken aan een duurzame primaire sector	
Het effect van medewerkersparticipatie		Start project 'Eerlijk & Heerlijk'	
Winstdeling		Proefproject warmteterugwinning	
Nieuwe influenza A en risicobeheersing		Energiebesparing in vries-distributiecentrum	
Sociaal jaarverslag 2010	26	Hoogfrequentverplichting in DC's	
		Ondersteunen van vrijwilligersprojecten door Sligro Food Group medewerkers	
		Voortgang en verslaggeving	

Voorwoord





Dit verslag bericht over de manier waarop Sligro Food Group maatschappelijk verantwoord onderneemt.

In dit verslag presenteren wij onze visie op maatschappelijk verantwoord ondernemen en geven wij voorbeelden van hoe wij die visie praktisch invullen, welke keuzes wij maken en welke doelen wij stellen. Binnen Sligro Food Group gaan maatschappelijk verantwoord ondernemen en bedrijfs-economisch rendement hand in hand. Het goede van die aanpak is dat ook bij economische tegenwind maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog op de agenda blijft staan. Voor ons hoort maatschappelijk verantwoord ondernemen bij een professionele en duurzame vorm van ondernemerschap.

Voor ons hoort maatschappelijk verantwoord ondernemen bij een professionele en duurzame vorm van ondernemerschap



Sommige thema's, die specifiek in het jaar 2009 onze bijzondere aandacht hadden, hebben wij ook in ons financieel jaarverslag over 2009 beschreven en op onze corporate website www.sligrofoodgroup.nl gepubliceerd. In dit verslag beschrijven wij meer cases, verdeeld over de klassieke deelgebieden 'mensen, maatschappij en meerwaarde'. Bovendien bliken wij vooruit en informeren over de nieuwe MVO-Stuurgroep, onze actuele werkwijze en de concrete onderwerpen waarop wij ons de komende periode zullen focussen.

Wij verwachten eind augustus de voorgenomen overname van Sanders Supermarkten af te ronden. Daarmee verkrijgt Sligro Food Group niet alleen een twintigtal supermarktlocaties, maar ook een prachtige eigen vleescentrale. In de vooruitblik die wij in dit verslag geven, zijn de mogelijkheden die deze overname ons biedt op duurzaamheidsgebied nog niet meegenomen.

Koen Slippens
Directievoorzitter
Voorzitter MVO-Stuurgroep

Leeswijzer





Dit verslag bestaat uit drie delen. In het eerste deel beschrijven wij de hoofdgroepen Mensen, Voeding en Maatschappij. Dat houdt in hoe we met medewerkers en hun gezin, klanten en partners omgaan, de wijze waarop wij in de omgeving staan (milieu, veiligheid en samenleving) en de wijze waarop wij werken aan toenemende winstgevendheid en continuïteit. De keuze om de individuele praktijkcases bij een specifieke hoofdgroep onder te brengen is arbitrair omdat zij vaak groepsoverschrijdend zijn. Onze keuzes zijn bewust en wij geven daarmee aan vanuit welke basis en prioriteiten wij werken.

In het laatste deel beschrijven wij de aanpak van de nieuwe MVO-Stuurgroep die onder leiding van de Sligro Food Group directievoorzitter eind 2009 gestart is met haar werkzaamheden. Dit heeft geleid tot een aangescherpte visie en concretisering van onze doelen. In juni 2010 zijn de onderwerpen en prioriteiten vastgesteld en uitgezet in de organisatie. Deze worden vanaf pagina 50 beschreven.

Onze keuzes zijn bewust en wij geven daarmee aan vanuit welke basis en prioriteiten wij werken

Daartussenin vindt u het derde deel, ons sociaal verslag in de vorm van personele kengetallen, gevisualiseerd in landkaartjes. Dit geeft meer inzicht en beleving dan sec de vermelding van cijfers en kengetallen over aantallen mannen, vrouwen, fulltimers, leeftijden en ziekteverzuim.

Profiel



In Sligro Food Group zijn foodretail- en foodservicebedrijven actief, die zich direct en indirect richten op de Nederlandse markt van de etende mens. Dit geschiedt bij Foodservice als groothandel en bij foodretail als groothandel en detaillist.

Foodretail

De foodretailactiviteiten bestaan uit circa 120 full service-supermarkten onder de formules EMTÉ en Golf, waarvan er ruim 40 door zelfstandige ondernemers worden geëxploiteerd.

Foodservice

De foodservice-activiteiten bestaan uit twee samenwerkende bedrijfsonderdelen:

Sligro richt zich via zelfbediening en bezorging vanuit 45 grootschalige zelfbedieningsvestigingen en 10 bezorglocaties op groot- en kleinschalige horeca, recreatie, cateraars, grootverbruikers, bedrijfsrestaurants, pompshops, het midden- en kleinbedrijf en kleinschalige retailbedrijven.

Van Hoeckel richt zich met een volledig gespecialiseerde organisatie op de institutionele markt.

Wij hebben eigen productiefaciliteiten voor gespecialiseerde convenience-producten, vis en patisserie en hebben deelnemingen in onze Fresh Partners voor vlees, wild & gevogelte, AGF en brood & banket.

Onze klanten kunnen over circa 60.000 food- en aan food gerelateerde non-foodartikelen beschikken. In samenhang hiermee worden bovendien tal van diensten aangeboden, onder meer op franchisegebied.

Sligro Food Group heeft haar inkoop van foodretailproducten ondergebracht bij CIV Superunie B.A., die in de Nederlandse supermarktsector met een marktaandeel van circa 30% een toonaangevende inkooppartij vormt. Als marktleider koopt de Groep foodserviceproducten in eigen beheer in. Binnen de Sligro Food Group-bedrijven wordt intensief gestreefd naar het delen van kennis en het benutten van substantiële synergie- en schaalvoordelen. Primair klantgerichte activiteiten vinden plaats in de bedrijfsonderdelen, terwijl alles achter de schermen centraal wordt aangestuurd.

Met een gezamenlijke inkoop, gecombineerd met een direct en gedetailleerd margemanagement, worden toenemende brutomarges beoogd. Vermindering van operationele kosten wordt bereikt door een permanent strakke kostenbeheersing en een gezamenlijke integrale logistieke strategie.

Groepssynergie wordt verder bevorderd door de uitbouw van gezamenlijke ICT-systemen, door gezamenlijk vastgoedbeheer en door concern management development.

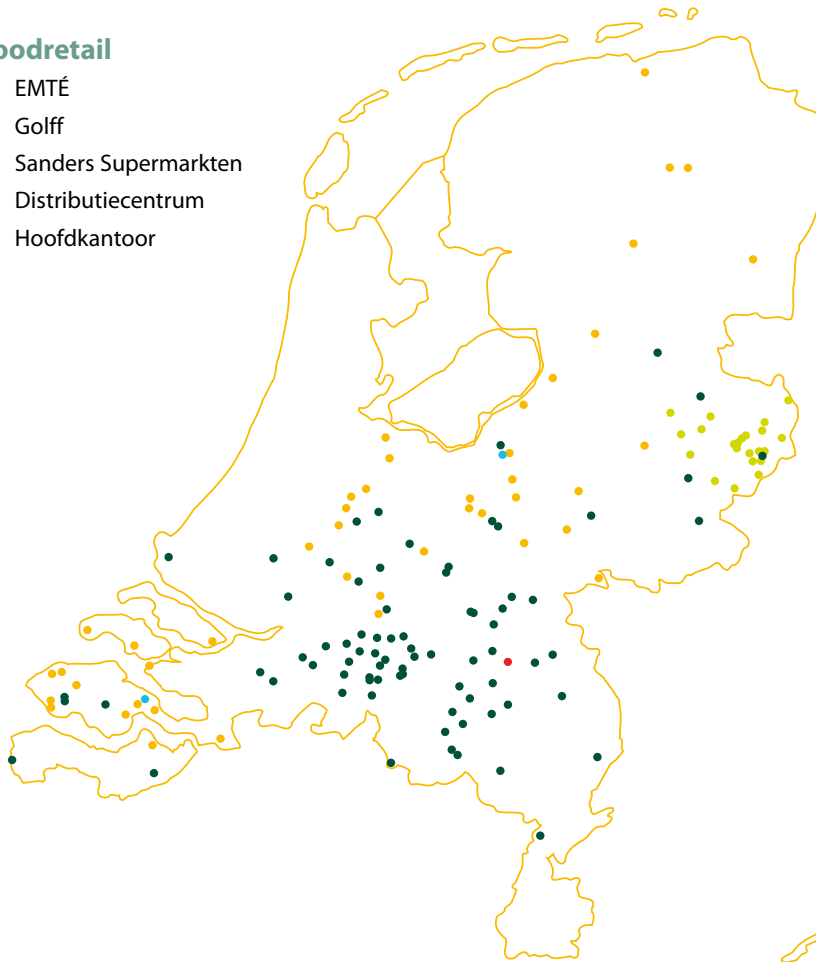
Sligro Food Group streeft ernaar een constant en beheerst groeiende kwaliteitsonderneming te zijn voor al haar stakeholders. Over het jaar 2009 is een omzet gerealiseerd van € 2.258 miljoen met een nettowinst van € 74 miljoen. Het gemiddeld aantal personeelsleden op fulltimebasis bedroeg ruim 5.500.

Sligro Food Group streeft ernaar een constant en beheerst groeiende kwaliteitsonderneming te zijn voor al haar stakeholders



Foodretail

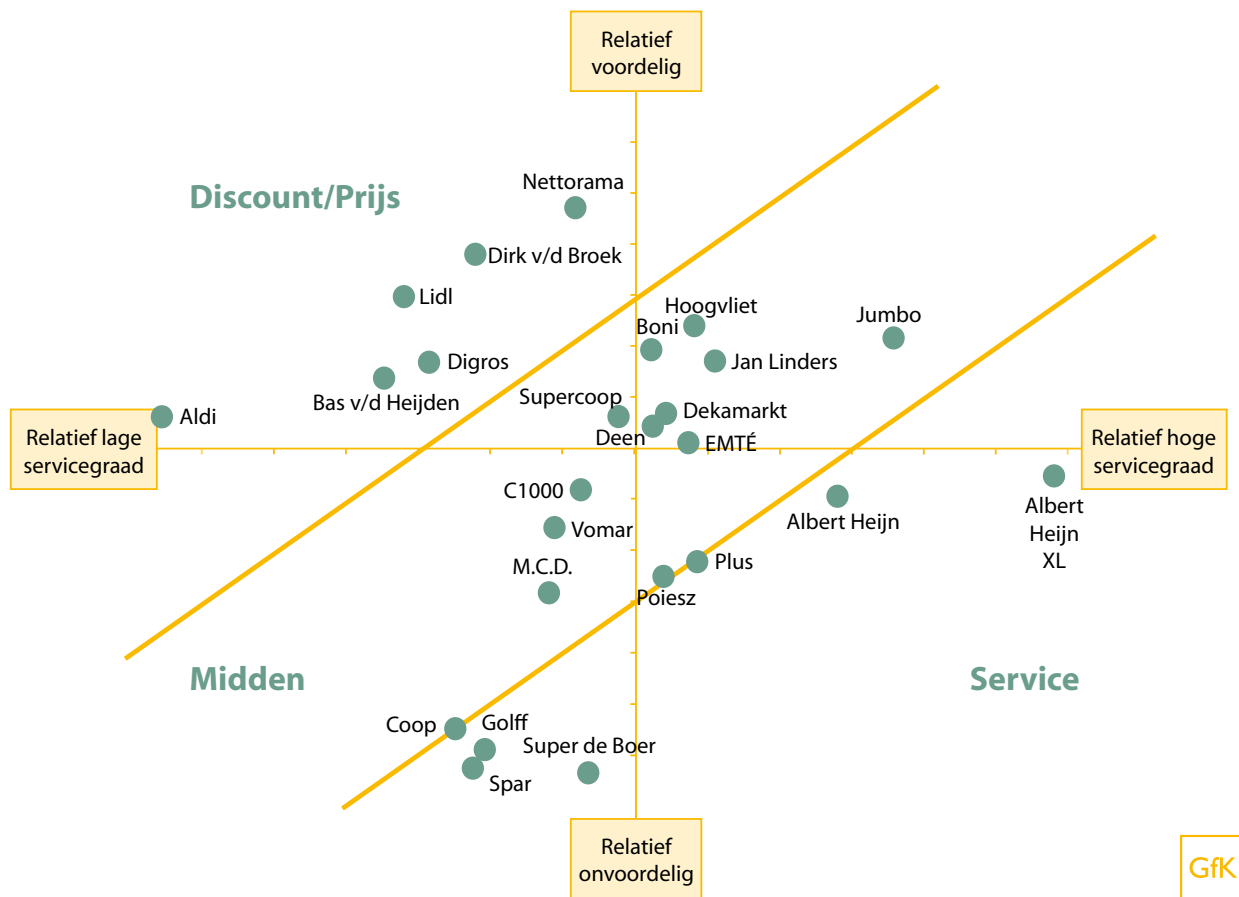
- EMTÉ
- Golf
- Sanders Supermarkten
- Distributiecentrum
- Hoofdkantoor



Foodservice

- Sligro
- SBS
- Sligro / SBS
- Van Hoeckel
- Sligro Freshpartners





Centraal distributiecentrum en hoofdkantoor Veghel			
Foodretail		Foodservice	
EMTÉ 78 eigen supermarkten	Golff/EMTÉ 39 franchise supermarkten	Sligo Groot- en kleinschalige horeca, recreatie, catering, tankstations, grootverbruik	Van Hoeckel Institutioneel
2 distributiecentra		Landelijk netwerk van 45 zelfbedienings- en 10 bezorggroothandels	1 distributiecentrum
Sligo Fresh Partners & Productiebedrijven Gespecialiseerde productiefaciliteiten voor convenience (CuliVers), vis (SmitVis), en patisserie (Maison Niels de Veye) en vier deelnemingen in versbedrijven			

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Tot de meerwaarde van Sligro Food Group rekenen we niet alleen puur financiële prestaties. Naast geld verdienen spelen thema's als werkgelegenheid, gezondheid, medezeggenschap, voedselveiligheid, sponsoring van maatschappelijke doelen, medewerkersparticipatie, energie, milieu en sociaal-maatschappelijke vraagstukken een grote rol. Een aantal actuele thema's met bijzondere aandacht, vermelden wij ook op onze corporate website. Onze volledige visie, het beleid en de voortgang en stappen die wij op dit gebied zetten, zijn opgenomen in dit maatschappelijk en sociaal verslag. Het verslag als geheel is eveneens via de corporate website toegankelijk.

Visie op MVO, hoe wij werken

Duurzaamheid en maatschappelijke verantwoording zijn brede en veelomvattende begrippen. De laatste jaren zie je dat de gebruikte definities van MVO steeds meer naar elkaar toe groeien. Het meest gangbaar wordt de Triple P-benadering die zich richt op people, planet en profit. Dit biedt bedrijven,

overheden en NGO's een handvat bij de invulling van hun programma's. Daarnaast zie je dat het begrip 'duurzaamheid' steeds vaker gebruikt wordt als 'kapstok' om MVO-activiteiten aan op te hangen. Het gebruik van het woord duurzaamheid leidt echter door de tweeledige betekenis nogal eens tot verwarring bij consumenten.

Wij herkennen onze visie in de omschrijving die MVO-Nederland aan het begrip MVO geeft:

Maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent voor ons dat wij naast het streven naar winst (profit) óók rekening houden met het effect van onze activiteiten op het milieu (planet) en dat we daarbij oog hebben voor menselijke aspecten binnen en buiten ons bedrijf (people). Het gaat ons om een balans te vinden tussen people, planet en profit.



Het nastreven van winst en continuïteit is misschien wel dé ultieme vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Immers, zonder ons bedrijf hebben onze medewerkers geen werk, onze leveranciers geen afnemers, onze klanten geen leverancier, onze aandeelhouders geen aandelen en de overheid geen belastingafdrachten.

Ons doel streven wij na door ons primair te richten op onze klant. Onze klant staat voorop, want die zorgt ervoor dat alle andere stakeholders aan 'hun trekken' kunnen komen. Wij zijn van mening dat dit gepaard moet gaan met een aantrekkelijk rendement voor aandeelhouders, met verantwoord omgaan met 'de maatschappij' en dat de groeistrategie tot ontplooiingsmogelijkheden voor onze medewerkers moet leiden. We bieden leveranciers de mogelijkheid om de afzet van producten te vergroten en nieuwe producten te introduceren. De maatschappij profiteert door groeiende werkgelegenheid en een toename van de belastingafdrachten. Wij streven ernaar om relatief minder belastend voor het milieu te zijn, onder meer door daar bij inkoopprocedures en inkoopafspraken en bij investeringen in materieel en gebouwen nadrukkelijk rekening mee te houden.

Bij het maken van keuzes op basis van onze strategie wordt het maatschappelijk verantwoord ondernemen meegenomen. Niet omdat dat een doel op zich vormt, maar omdat het ook een middel en 'must' is om duurzaam winst en continuïteit te blijven realiseren.

Enkele jaren geleden schreven wij in onze visie op MVO 'Van rationaal moeten naar emotioneel willen'. Hierin kwam naar voren dat binnen Sligro Food Group maatschappelijk bewust en verantwoord ondernemen geen kwestie is van 'rationeel moeten', maar van 'emotioneel willen'. Dat komt omdat wij al jarenlang duurzame relaties nastreven met klanten, medewerkers, partners en leveranciers.

Nog steeds zijn wij er van overtuigd dat duurzame relaties de kwaliteit van samenwerken verhogen, vertrouwen geven en een prettige wijze van samenwerken is. Deze duurzame manier van samenwerken levert een goed rendement en geeft ook de juiste basis voor continuïteit. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is volgens ons een bewuste manier van samenwerken, gebaseerd op 'emotioneel willen'. Van rationeel moeten naar emotioneel willen is een thema dat ook past bij de fase waarin wij ons bevinden: de fase waarin bewustwording overgaat in concretiseren. Het nadenken en het willen maken van juiste keuzes wordt ingebed in de organisatie in en

daardoor krijgt het maatschappelijk verantwoord ondernemen steeds meer een plaats en een gezicht binnen onze organisatie.

Gedragscode

Sligro Food Group heeft een gedragscode die van toepassing is op alle medewerkers van Sligro Food Group en al haar dochtervennootschappen. De gedragscode is vastgesteld door de Directie van Sligro Food Group en goedgekeurd door de Raad van Commissarissen en de Ondernemingsraad.

De code beschrijft de gedragsregels met betrekking tot:

- Wet- en regelgeving.
- Veiligheid, gezondheid en milieu.
- Integriteit.
- Rechtvaardigheid.
- Rapporteren van vermeende onregelmatigheden.
- Bedrijfseigendommen.
- Zakenpartners.
- Tegenstrijdige bedrijfsactiviteiten.
- Administratie.
- Vertrouwelijkheid.

De volledige gedragscode is gepubliceerd op de corporate website www.sligrofoodgroup.nl onder het hoofdstuk Corporate Governance.

Het nastreven van winst en continuïteit is misschien wel dé ultieme vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen

Klokkenluidersregeling

Sligro Food Group neemt een belangrijke maatschappelijke positie in, waarbij onze medewerkers het visitekaartje zijn naar de buitenwereld. Naast de commerciële slagkracht van onze vestigingen staat of valt het succes van Sligro Food Group met het vertrouwen dat onze (werk)omgeving in ons stelt. Vertrouwen kan alleen worden verworven door professioneel en integer handelen. Sligro Food Group is zich bewust van

haar maatschappelijke verantwoordelijkheid en wil daarom niet alleen geldende wetten en regels en de Corporate Governance Code zoveel mogelijk naleven, maar bovendien rekening houden met maatschappelijk gangbare normen en waarden. Onze normen en waarden hebben wij neergelegd in gedragsregels die van toepassing zijn op alle medewerkers. Alle Sligro Food Group-medewerkers wordt verzocht elke materiële overtreding van wet- en regelgeving, van de gedragsregels of van andere richtlijnen die binnen Sligro Food Group gelden, alsmede dubieuze of frauduleuze praktijken bijvoorbeeld inzake de boekhouding, diefstal of de acceptatie van zogenaamde smeergelden onverwijld te melden. Sligro Food Group verklaart ten opzichte van iedere medewerker die op basis van redelijke wetenschap melding maakt van een overtreding, geen represailles te zullen ondernemen. Alle meldingen zullen strikt vertrouwelijk worden behandeld en zo spoedig mogelijk worden onderzocht.

Voor de volledige regeling verwijzen wij naar het hoofdstuk Corporate Governance op onze corporate website www.sligrofoodgroup.nl

Inkoopbeleid

Binnen een groot- en detailhandelsbedrijf als Sligro Food Group speelt het inkopen en verhandelen van goederen een centrale rol. Wij kopen een enorme diversiteit aan producten in, food en non food. Het assortiment bestaat uit ongeveer 60.000 verschillende artikelen, afkomstig van ruim 1.800 leveranciers uit 36 mondiaal verspreide landen. Deze artikelen zijn bestemd voor zowel onze foodretail als voor onze foodservice activiteiten. In beide branches willen wij onze klanten de beste kwaliteit, een ruime keuze en waar voor hun geld bieden.

Wij willen bij onze artikelkeuze en de selectie van leveranciers óók duurzaam ondernemen betrekken. Binnen de bestaande lokale wet- en regelgeving streven wij naar een balans tussen mens, milieu en bedrijfsvoering. Onze inkopers worden hierbij geconfronteerd met complexe afwegingsprocessen die vaak vele nuanceringen kennen. Vraagstukken rondom kinderarbeid, food miles, dierwelzijn, politiek klimaat en milieubelasting zijn zo maar wat voorbeelden. Daarbij hanteren wij de volgende algemene uitgangspunten:

Van onze leveranciers verlangen wij dat zij de rechten van hun werknemers respecteren, veilige werkomstandigheden faciliteren, het milieu zo min mogelijk belasten en zorg



hebben voor dierwelzijn. Ter bescherming van de gezondheid en het welzijn van onze klanten is de veiligheid van een product niet onderhandelbaar.

Om deze uitgangspunten te borgen in landen met een hoger risicoprofiel, hebben wij ons in 2010 aangesloten bij BSCI, een non-profit organisatie die zich inzet voor eenduidige regelgeving en het monitoren van corporate social responsibility. In het hoofdstuk over doelstellingen en borging, vanaf pagina 51 in dit verslag, leest u meer daarover.

Relatie met leveranciers

Met inachtname van het bovenstaande, hebben wij een grote behoefte aan constructieve relaties met betrouwbare leveranciers. Wij bouwen aan lange termijn relaties met onze leveranciers en erkennen dat ons succes is gekoppeld aan dat van hen. Een van onze kernwaarden is om mensen te behandelen, zoals we zelf behandeld willen worden en dat maken wij zichtbaar in de relatie met onze leveranciers. Samen met hen ontwikkelen we talrijke producten en concepten. Niet alleen op het voor de hand liggende gebied van food en non food producten, maar zeker ook voor wat betreft opleiding en training, herstelbegeleiding, drukwerk, bouw en transport. Dat doen wij vanuit de overtuiging dat "als je niet kunt delen, je ook niet kunt vermenigvuldigen". Dat gaat dus verder dan alleen de beste inkoopconditie hebben. Juist in deze tijd is de balans tussen kosten-bewustzijn en partnerschap van groot belang. Wederzijdse vertrouwen, kennis van onze manier van werken, onze verwachtingen en eisen spelen daarin een grote rol. Vaak hebben wij en onze partners aan een half woord genoeg. Om dat te kunnen realiseren steken we daar aan het begin van een samenwerking altijd extra veel tijd en energie in, omdat we weten dat zich dat op de langere termijn altijd terugbetaalt.

Contact met VBDO

De VBDO (Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling) was aanwezig bij de Algemene Vergadering van Aandeelhouders (AvA) van Sligro Food Group op 17 maart van dit jaar. Zij had een aantal concrete vragen met betrekking tot de invulling van ons duurzaamheidsbeleid en een aantal suggesties over de verslaggeving. Wij waarderen de belangstelling en betrokkenheid van de VBDO bij ons bedrijf en hebben hun suggesties ter harte genomen. Een aantal daarvan hebben wij reeds in dit verslag kunnen meenemen.

Het vervolg

In sommige situaties staan wij nog aan het begin van de ontwikkeling en op andere gebieden (bijvoorbeeld duurzame vis) is een en ander juist v er ontwikkeld of zijn we zelfs voorloper.

Daarnaast constateren we dat MVO geen hype meer is, maar zelf duurzaam is geworden. MVO is wat ons betreft niet uitsluitend een goed-nieuws-show, maar wij laten zien wat wij (bewust) wel of juist (nog) niet doen. Waar MVO een paar jaar geleden nog onderscheidend was, is het nu een voorwaarde geworden. Actuele economische omstandigheden kunnen een remmer of juist een versneller van de ontwikkelingen zijn!



Mensen





Het succes van Sligro Food Group wordt gevormd door de inzet en betrokkenheid van de circa 9.000 mensen, fulltimers, parttimers en hulpkrachten. Sligro Food Group voelt zich als werkgever verantwoordelijk voor die medewerkers en hun gezinnen. Maar ook voor oud-medewerkers en voor allen, die weliswaar niet in dienst zijn van Sligro Food Group, maar wel hierbinnen werkzaam zijn, zoals bijvoorbeeld onze chauffeurs, de medewerkers van concessionairs en onderhoudsmonteurs. Wij realiseren ons heel goed dat we een veeleisende werkgever zijn. Dat moet ook, want onze klanten zijn ook veeleisend. Daarom bestaat er geen vrijblijvendheid, maar verlangen wij van iedereen die bij ons of voor ons werkt betrokkenheid, de bereidheid tot leren, de bereidheid kwaliteit te leveren en professioneel te werken en daarbij ook nog kostenbewust te zijn. Onze constante groei biedt medewerkers ontwikkelperspectief, waardoor wij een aantrekkelijke werkgever zijn, voor wie daar naar op zoek is.

Organisatie en medewerkers

Doelstellingen

- Aangaan van duurzame arbeidsrelaties als een betrouwbare en professionele werkgever.
- Hooghouden van de trots op Sligro Food Group door intensieve communicatie en door het delen van succes.
- Creëren van een prettige en veilige werkomgeving waarin medewerkers van diverse komaf zich thuis kunnen voelen.
- Afdwingen van onderlinge samenwerking om gericht synergievoordelen te behalen voor de Groep.
- Borgen van belangrijke cultuurelementen zoals betrokkenheid, costleadership, collegialiteit, plezier in het werk, trots, ondernemerschap en probleemoplossend vermogen.
- Vasthouden aan de werking van een informele organisatie waarin korte lijnen bijdragen aan slimme en snelle oplossingen in het dagelijks werk.
- Handhaven van klantgerichtheid en klantvriendelijkheid als vanzelfsprekende werkhouding van alle medewerkers.
- Stimuleren van het beter functioneren van medewerkers door het aanbieden van een gestructureerd en uitdagend opleidings- en management developmenttraject.

Arbeidsmarktontwikkelingen

In 2009 was er een flinke omslag zichtbaar op de arbeidsmarkt, al bleek de toename van de werkloosheid veel lager uit te komen dan door diverse onderzoeksinstituten werd voorspeld. Voor ons is deze broodnodige ontspanning van de arbeidsmarkt



een zegen, want in de overspannen markt van de afgelopen jaren was het bepaald niet makkelijk om adequaat in de personeelsbehoefte te voorzien. Ook vandaag de dag ligt goed personeel echter niet voor het oprapen. Ons imago op de arbeidsmarkt als professionele en betrouwbare werkgever met uitdagende functies heeft er voor gezorgd dat we een ruim aantal goed geschoolde en ervaren nieuwe medewerkers konden aantrekken.

Door demografische ontwikkelingen zal de krapte op de arbeidsmarkt de komende jaren weer toenemen, terwijl tegelijkertijd heel veel mensen min of meer permanent van uitkeringen afhankelijk zijn. Daaruit blijkt dat de Nederlandse arbeidsmarkt en het sociaal stelsel onvoldoende functioneren. Onder andere de vele maatregelen om personeel te beschermen keren zich meer tegen de belangen van werknemers dan dat zij de beoogde doelstelling bereiken. Zeker is dat zij de economische groei beperken. Ondertussen zien we de hoeveelheid werknemers en het financiële tekort bij de overheid spectaculair groeien. Het is slechts een kwestie van tijd voordat forse ombuigingsmaatregelen deze situatie zullen moeten keren.

Bij Sligro Food Group proberen wij reorganisaties altijd vóór te zijn en als het dan toch noodzakelijk is richten we ons maximaal op 'van-werk-naar-werktrajecten'. Wij zijn immers nagenoeg altijd in staat een vergelijkbare functie elders in de organisatie aan te bieden.

Het was onvermijdbaar om de convenience productiefaciliteit in Ter Apel te sluiten en de productie over te hevelen naar Amsterdam en Eindhoven. Hiervoor verviel ter plekke de werkgelegenheid voor 32 medewerkers in een gebied van Nederland waar wij relatief weinig activiteiten hebben. Met de vakorganisaties is hierover een sociaal plan afgesproken. Het overgrote deel van deze medewerkers heeft een andere functie aanvaard binnen de Groep, waarbij onder andere speciale afspraken zijn gemaakt over de gevolgen van langere reistijden. Voor een beperkt aantal personen zijn alternatieven extern gevonden. Mede dankzij de inzet van de betrokken medewerkers is deze sluiting zonder noemenswaardige problemen in de loop van september afgerond. Onze dank en respect richting deze collega's is zeker op zijn plaats.

In 2009 hebben we diverse supermarkten verkocht. De overdracht geschiedt altijd inclusief de daar werkzame medewerkers. We hebben hierover goede afspraken gemaakt met de Ondernemingsraad en een vast draaiboek draagt ertoe bij dat dit proces zorgvuldig verloopt. Vanuit de afdeling Personeel & Organisatie wordt het proces begeleid totdat de medewerkers daadwerkelijk in dienst zijn getreden bij de nieuwe werkgever.

Een ander project met relatief omvangrijke sociale consequenties betreft de concentratie van alle bezorgactiviteiten in de regio Amsterdam in één zeer grote locatie. Door deze samenvoeging, die inmiddels gestart is, kunnen wij op termijn een aanzienlijke efficiëncyslag maken. Bij deze operatie zijn ruim 450 medewerkers betrokken, die hierdoor allemaal in de loop van 2010 vanuit een andere werkplek zullen gaan opereren. We verwachten dat wij deze operatie op een sociaal verantwoorde manier kunnen realiseren, op basis van het uitgangspunt 'van-werk-naar-werk'. Bovendien is de huidige bezetting relatief flexibel ingericht met tijdelijke krachten, waaronder veel euroflexmedewerkers.

Het totale project inclusief een verdere herverdeling van activiteiten binnen de Groep zal bijna twee jaar duren.

Multiculturaliteit

Sligro Food Group herbergt zo'n 30 nationaliteiten die allemaal op een goede manier met elkaar samenwerken. Deze 'multiculturaliteit' is voor ons naast een gegeven ook een alledaagse vanzelfsprekendheid. Wij bieden ruimte waar mogelijk om mensen hun eigenheid te laten beleven maar passen onze organisatie daar niet op aan. Sligro Food Group heeft bij haar

medewerkers de reputatie hoog te houden van een veel-eisende werkgever met heldere kaders en regels. Dat geldt uiteraard ook voor samenwerken en de wijze waarop we met elkaar omgaan. Sligro Food Group hecht veel waarde aan de eigenheid van onze organisatiecultuur en zijn daar trots op. Cultuur en de daarbij behorende waarden en normen zijn enorme sterke verbindingsmogelijkheden, maken mensen trots en geven ze het gevoel ergens bij te horen. Vanuit dat perspectief vinden wij het ook belangrijk dat mensen hun afkomst en eigenheid koesteren. Uiteraard wel ingepast in de wijze waarop wij vinden dat we met elkaar om moeten gaan en passend binnen onze regels. Bidden mag, maar wel in de eigen tijd. Ramadan beleven is prima, maar wel gewoon op tijd komen en je werk doen. Daarnaast vinden wij het heel belangrijk dat mensen met elkaar kunnen praten en spreken wij iedereen in het Nederlands aan.

We hebben een werkgroep opgericht 'De Multi-Culturele-Sligro-Samenleving' die regelmatig bij elkaar komt en mogelijke knelpunten met elkaar bespreekt en actie onderneemt.

Daarnaast is zij vooral op zoek naar de leuke en uitdagende kanten. In 2009 hebben we tijdens de Ramadan op twee plaatsen een Iftarmaaltijd georganiseerd. Voorafgegaan door een inleiding over de Islam, de betekenis van Ramadan en een discussie met medewerkers en genodigden. Dit waren twee zeer goede bijeenkomsten die op een prettige en sfeervolle wijze respect toonden en nieuwsgierig maakten naar de eigenheid van een bepaalde groep medewerkers. Deze benadering van multi-cultureel zijn, zorgt dat het vooral uitdagend en leuk is. De wijze waarop we eten en drinken zijn bij uitstek cultuuraspecten. Behalve veel regionale aandacht in de pers past het bij ons 'inclusiviteitsbeleid'. Immers, mensen hebben een verschillende achtergrond en dat we daar respectvol mee omgaan vinden we vanzelfsprekend en dat medewerkers de Sligro Food Group waarden en normen onderschrijven, hoort daar gewoon bij. Overigens past dat uitstekend bij onze jarenlange ervaring met overnemen van bedrijven. Het integreren van culturen is ons op het lijf geschreven, inclusief het daarbij behouden van onze eigen bedrijfscultuur.



Personeel & Organisatie

De afdeling Personeel & Organisatie is de afgelopen jaren versterkt. Zo kent elke werkactiviteit nu zijn eigen hoofd, dat rapporteert aan de directeur P&O. Dit laatste is in overeenstemming met onze beleidskeuze om geen groep bedrijven te zijn, maar één organisatie. Er is een hoofd voor foodservice, foodretail, logistiek en productie en het hoofdkantoor. Daarenboven zijn specialisten aangetrokken voor arbeidsvoorwaarden en arbo.

Binnen P&O zijn voorbereidingen getroffen om in de loop van 2010 over te gaan tot de aanschaf van een E-HRM-systeem. Met een dergelijk systeem kunnen processen en procedures beter worden verankerd. Dat is niet alleen bevorderlijk voor de efficiency, maar zal ook bijdragen aan de totale beheersbaarheid van de organisatie en de kwaliteit van de managementinformatie. Daardoor kan P&O zich nadrukkelijker richten op de procedures en systemen en komt er meer tijd vrij om leidinggevend te ondersteunen onder meer op het gebied verzuimbeheersing, functioneringsgesprekken en management development.

In 2009 zijn we op het gebied van werving en selectie al overgegaan tot de inzet van ondersteunende software. Dat heeft ertoe geleid dat we steeds minder werven via de gedrukte media en steeds meer via internet. De omvangrijke administratieve processen bij werving en selectie geschieden hierdoor sneller en beter. Ondertussen wordt ook het bestand aan potentiële werknemers steeds verder uitgebreid. Het belang van arbeidsmarktcommunicatie neemt meer en meer toe. Je moet jezelf opvallend presenteren, zeker via elektronische media. Wij willen onszelf nadrukkelijk profileren als betrouwbare en professionele werkgever.

Medewerkertevredenheid

Er is een verband tussen het succes van een onderneming en de tevredenheid van haar medewerkers. Om daar actief op te kunnen sturen, is het van belang met enige regelmaat de medewerkertevredenheid te meten. Een gerenommeerd onderzoeksbureau op dit gebied heeft in 2009 wederom een onderzoek uitgevoerd naar de werkbeleving van de medewerkers van Sligro Food Group. Omdat we dit nu voor de derde keer doen, is de ontwikkeling ook in de tijd te volgen. Er is een grondige analyse gemaakt van de uitkomsten, zowel in zijn algemeenheid als op locatie- en afdelingsniveau. Het totale Sligro Food Group tevredenheidcijfer is 7,4. Dat is

een lichte stijging ten opzichte van de 7,2 uit de vorige meting. Bovendien wordt er gebenchmarkt ten opzichte van vergelijkbare ondernemingen. Ook ten opzichte van het tevredenheidcijfer van 7,3 van de benchmark 'retail', onderscheiden wij ons licht positief. Dit is slechts het 'eindcijfer' van de algemene tevredenheid, wat aangeeft dat over de volle breedte de medewerkers meer tevreden zijn geworden. Mogelijk hebben de economische omstandigheden ons als stabiele werkgever daarbij wat geholpen.

Belangrijk is het om bij de resultaten in te zoomen op werkmaatschappij, locatie en afdelingsniveau. Daarom heeft op de onderliggende niveaus een verdieping van de resultaten plaatsgevonden. Daarbij hebben wij ontdekt dat we intern nog beter kunnen communiceren en dat het thema leiderschapsstijl op sommige plaatsen verbetering behoeft. Dat zijn zeker punten waaraan we de komende tijd aandacht zullen geven. Daar de informatie per locatie beschikbaar is



kan dat gericht plaatsvinden. Het ontwikkelde plan van aanpak is inmiddels uitgerold en per onderdeel gepresenteerd en besproken. Op die manier kunnen knelpunten heel gericht worden aangepakt en trojspunten worden gevierd. Het positieve beeld dat naar voren komt uit het eigen medewerkertevredenheidsonderzoek werd bevestigd in het jaarlijkse onderzoek naar de top 200 bedrijven van het blad 'Incompany'. Wij kwamen als beste foodretailer naar voren en als derde van alle retailers.

Er is een verband tussen het succes van een onderneming en de tevredenheid van haar medewerkers

ARBO

Binnen Sligro Food Group is een VGWM-commissie actief (Veiligheid Gezondheid Welzijn en Milieu) waarin zaken op dit terrein worden besproken. Het betreft een breed samengestelde groep met een vertegenwoordiging vanuit alle betrokken disciplines. Deze groep neemt diverse initiatieven voor veilig werken, van praktische zaken als inspectie van stellingmateriaal tot aan ziekteverzuimontwikkelingen en veiligheid op de diverse locaties.

Omdat Sligro Food Group er voor kiest professioneel te werken is besloten een ARBO-coördinator aan te trekken die alle ARBO-beleidszaken en uitvoering in samenhang brengt om uiteindelijk alle activiteiten op een nog hoger plan te krijgen. Er is een beleidsplan opgesteld om stapsgewijs een en ander aan te pakken waarbij het bouwen van een goede basis de eerste stap is geweest. Actuele Risico Inventarisaties, een goede bedrijfsongevallenprocedure en registratie en het inventariseren wie allemaal betrokken zijn bij het ARBO-beleid, zijn de eerste stappen geweest.

Wij vinden het belangrijk dat mensen veilig werken als een vanzelfsprekende basishouding zien, iedere dag weer. In inwerkprogramma's en basisopleidingen wordt aan dit aspect ruim aandacht besteed.



De supermarktbranche was in 2009 doelwit van criminelen die overvallen pleegden. Helaas werden ook onze medewerkers in twee EMTÉ supermarkten hiermee geconfronteerd. Een dergelijke gebeurtenis maakt diepe indruk op mensen en wij hebben aandacht daarvoor. Met intensieve nazorg en persoonlijke begeleiding ondersteunen wij de betrokken medewerkers in het verwerkingsproces. Overvallen zijn nooit uit te sluiten, maar goede veiligheidsprocedures en een zorgvuldige opvolging daarvan werken preventief en helpen het risico te beperken. De veronderstelling dat in de supermarkt een grote som contant geld aanwezig en bereikbaar is, draagt bij aan een verhoogd risico. Daarom is in 2009 de branche in CBL-verband gestart met een programma om pinbetaling aan de kassa verder te stimuleren.

Leren en ontwikkelen

Onderscheidende methodiek gericht op professionalisering
Sligro Food Group is al jaren onderscheidend in de aanpak van professionalisering aan de basis. Met name voor de vakgerichte opleidingen wordt een methodiek van professionalisering gehanteerd, waarmee van 'gewoon werk' een vak wordt gemaakt. Daarbij is coaching een geïntegreerd onderdeel van onze manier van opleiden en werken. Medewerkers leren in hun eigen werkomgeving, ondersteund door speciaal daarvoor getrainde (collega)coaches. Dit maakt een opleiding



concreet en nieuwe kennis of vaardigheden zijn direct toepasbaar. Tevens worden de op maat gesneden opleidings-trajecten gekoppeld aan reguliere MBO-opleidingen en kunnen medewerkers landelijk erkende diploma's behalen. Onze professionele basisopleidingen voor logistieke medewerkers in distributie- en bezorgcentra, voor medewerkers van de verkoop binnendienst op bezorgservice-locaties en voor verkoopmedewerkers in de groothandelsvestigingen, zijn daar goede voorbeelden van.

Borgingstrainingen

Professionaliseren stopt niet met het behalen van een certificaat of diploma. Om het vakmanschap op peil te houden en verder uit te diepen, vinden er borgingstrainingen plaats op de werkvloer. Deze trajecten vormen een vast onderdeel van onze opleidingsprogramma's en worden georganiseerd voor onze binnen- en buitendienst, voor logistieke medewerkers en collega's uit de productiemaatschappijen. Zo kent de opleiding tot Professioneel Medewerker Groothandel een jaarlijkse borgingsopdracht (met steeds een ander actueel thema) die door alle gediplomeerde medewerkers in de zelfbedieningsgroothandels wordt uitgevoerd. Dat waren in 2009 maar liefst 815 medewerkers. Op deze manier wordt het vakmanschap onderhouden en wordt 'voortdurend

leren & ontwikkelen' een cultuurelement binnen onze organisatie. We bieden medewerkers hiermee kansen om door te groeien binnen ons bedrijf en we vergoten hun inzetbaarheid in de maatschappij.

Nieuwe opleidingen

In 2009 volgden 2.750 medewerkers minimaal één opleiding. Dit is wederom een toename van het aantal medewerkers dat voor een opleiding of training wordt aangemeld. Voortdurend leren en ontwikkelen, 'een leven lang leren', is een integraal onderdeel van de competentieontwikkeling van medewerkers binnen Sligro Food Group.

In 2009 zijn er ook enkele nieuwe opleidingstrajecten gestart. Medewerkers die voor personeel of klanten voedsel bereiden, krijgen sinds het voorjaar van 2009 een nieuwe training waarin zij de procedures rondom hygiënisch werken beter leren toepassen. Het traject, dat zich richt op kennis van voedselveiligheid en vaardigheden omtrent borging daarvan, heeft een sterk pragmatische aanpak. Verder vond in 2009 de aftrap plaats van de training Klantgericht Verkopen voor de verkoopmedewerkers van onze Freshpartners. Deze training sluit naadloos aan op de praktijk en geeft ruimte tot differentiatie. Deelnemers oefenen meteen in hun eigen werkomgeving. Dat gebeurt met een persoonlijk actieplan, waardoor elke medewerker op zijn eigen niveau met zijn persoonlijke aandachtspunten aan de slag kan en dus altijd de mogelijkheid heeft zich te verbeteren.

Belangrijk in 2009 is de ontwikkeling geweest van 'ons Huis EMTÉ'. Alle supermarktmanagers hebben diverse workshops gevolgd om mede 'ons Huis EMTÉ' in de dagelijkse praktijk gestalte te geven.

In samenwerking met het SVO onderwijs startte bij EMTÉ supermarkten een groep van 16 medewerkers met de vakopleiding AGF, 11 medewerkers meldden zich voor de opleiding verkoopmedewerker vers en er werd wederom een klas winkelslagers gevormd.

Zeven kandidaten behaalden het felbegeerde HBO diploma AD (Small Business & retailmanagement) op de Avans Hogeschool. Voor alle basisfuncties bij EMTÉ supermarkten zijn inwerkprogramma's ontwikkeld die inmiddels volop worden gebruikt. Het team van de EMTÉ supermarkt Middelburg Magistraat behaalde dit jaar de titel Leerbedrijf van het jaar in de categorie supermarkt, een prestigieuze prijs uitgereikt door SVO opleidingen, de vakopleider voor de verssector.

Binnen de logistiek zijn er in 2009 op verschillende locaties in het land drie klassen met Sligro Food Group-medewerkers gestart met een MBO-2 of MBO-3 opleiding. Behalve dat zij door het behalen van een landelijk erkend MBO-diploma hun eigen inzetbaarheid in de maatschappij vergroten, heeft het volgen van een dergelijk traject in groepsverband een zeer positief effect op de hele, locale werkomgeving. Medewerkers vergroten niet alleen hun vakkennis, maar leren vooral breder te kijken dan naar hun eigen werkzaamheden.

Naast de opleidingstrajecten die voor groepen medewerkers werden georganiseerd was er ook veel aandacht voor de invulling van individuele opleidingsvragen die mede vorm gaven aan gerichte loopbaan trajecten. Ruim 120 medewerkers volgden in dit kader een opleiding en de opleidingen

varieerde van HBO-logistiek, bedrijfskunde, Nima opleidingen tot een specialistische opleiding op ICT gebied.

Stagiaires

De wijze waarop Sligro Food Group zich op een zeer positieve wijze profileerde binnen het reguliere onderwijs heeft in 2009 geresulteerd in een grote hoeveelheid studenten die graag stage wil lopen binnen ons bedrijf. Ruim 85 HBO- en universitaire stagiaires en een kleine 400 studenten uit het middelbaar beroepsonderwijs, VMBO en praktijkonderwijs vonden een stage- en of afstudeerplaats binnen onze geledingen. Sligro's ICT afdeling is 'Partner in Education' van Fontys Hogeschool ICT te Eindhoven.

Ziekteverzuim

We waren niet tevreden over de ontwikkeling van het ziekteverzuim in 2009. Vooral in het eerste kwartaal was de ontwikkeling teleurstellend. De rest van het jaar heeft zich deze ongunstige ontwikkeling niet voortgezet, maar dat kon niet voorkomen dat op jaarbasis het verzuim met 0,3% toenam tot 4,3%. Hiermee hebben wij onze eigen doelstelling van 3,5% niet gehaald. Omdat wij ons graag spiegelen aan de beste en daarbij zien dat meerdere afdelingen en bedrijfsactiviteiten de doelstelling wél realiseren, hebben wij besloten voor 2010 de doelstelling van 3,5% te handhaven.

In 2009 is er veel extra aandacht besteed aan verzuimbegeleiding bij de productiebedrijven, waar zich traditioneel een hoger verzuim voordoet. De leidinggevenden hebben hiertoe een speciale training gehad. In deze afdelingen is een forse verlaging van het ziekteverzuim gerealiseerd in 2009.

Ondernemingsraad

De Ondernemingsraad van Sligro Food Group bestaat uit 25 medewerkers. Zij zijn allemaal gekozen in mei 2008 en ook gelijktijdig aftredend in 2011. Het is de nadrukkelijke wens van zowel het bedrijf als de Ondernemingsraad om met één Ondernemingsraad te werken. Daarmee worden mogelijke tegenstellingen binnen de bedrijfsonderdelen zoveel mogelijk overbrugd en kan aan het uniformeren van het beleid optimaal inhoud worden gegeven. In het overleg tussen de Ondernemingsraad en de bestuurder staat hetgeen ons bindt centraal en niet van wat ons scheidt. Wij vinden dat een Ondernemingsraad qua samenstelling een goede weerspiegeling moet zijn van zowel de medewerkers als van de activiteiten binnen de groep. Dat bereiken wij met een kiesgroepindeling.



Het overleg met de Ondernemingsraad verliep zoals te doen gebruikelijk weer constructief in 2009. De sluiting van de productielocatie in Ter Apel en de personele gevolgen van onze plannen in de regio Amsterdam zijn lastige onderwerpen voor een Ondernemingsraad. Het verheugt ons dat de Ondernemingsraad haar verantwoordelijkheden niet uit de weg gaat en moeilijke beslissingen voor de korte termijn mede beoordeelt in relatie tot de belangen op de middellange termijn. Wij danken de Ondernemingsraad voor de constructieve en professionele werkwijze in 2009.

Arbeidsvoorwaarden

Alle medewerkers van Sligro Food Group vallen onder de CAO voor de Groothandel in Levensmiddelen, met uitzondering van de medewerkers van EMTÉ, die onder de CAO voor Grootwinkelbedrijven in Levensmiddelen vallen. De groothandelcao had een looptijd tot 1 juli 2009 en de grootwinkelbedrijfcao liep door tot 1 april 2010. In de eerste cao zijn de salarissen in 2009 niet verhoogd en in de andere met 3,5%.

Personeelsbestand

Het gemiddeld personeelsbestand is in 2009 maar beperkt gewijzigd, omdat de omvang van de bedrijfsactiviteiten daartoe niet noopte als gevolg van ons 'Tegen de wind in'-beleid. Hoewel wij ernaar streven in hoge mate van eigen medewerkers gebruik te maken, was het de afgelopen jaren niet mogelijk om daarmee volledig te voorzien in de personeelsbehoefte. Daarom deden wij soms meer dan ons lief is, een beroep op euroflexkrachten en uitzendkrachten. In 2009 hebben wij daaraan € 2,5 miljoen minder besteed dan in 2008, hetgeen circa 70 arbeidsplaatsen vertegenwoordigt.

Arbeidsproductiviteit

Wij worden geconfronteerd met enige ongunstige factoren voor de ontwikkeling van de arbeidsproductiviteit (uitgedrukt als omzet per fte). De inflatie is omgeslagen in deflatie. De gemiddelde bezorgomvang per stop bij Foodservice staat onder druk als gevolg van de ongunstige marktontwikkeling (meer werk voor dezelfde omzet). Ook gemiddelde

Het gemiddelde personeelsbestand ontwikkelde zich de afgelopen jaren als volgt:

	FTE's gemiddeld			Personen gemiddeld		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Foodretail						
Groothandel ¹⁾	346	401	495	485	562	724
Supermarkten	2.163	2.171	1.641	4.831	4.967	3.912
	<u>2.510</u>	<u>2.572</u>	<u>2.136</u>	<u>5.316</u>	<u>5.529</u>	<u>4.636</u>
Foodservice²⁾	<u>3.042</u>	<u>3.028</u>	<u>2.947</u>	<u>3.653</u>	<u>3.632</u>	<u>3.466</u>
Totaal	<u>5.552</u>	<u>5.600</u>	<u>5.083</u>	<u>8.969</u>	<u>9.161</u>	<u>8.102</u>
Vestigingen ³⁾	3.469	3.446	2.890	6.510	6.599	5.500
Productiebedrijven	211	240	250	224	259	270
Distributiecentra ⁴⁾	1.324	1.360	1.368	1.635	1.698	1.707
Hoofdkantoren	548	554	575	599	605	625
Totaal	<u>5.552</u>	<u>5.600</u>	<u>5.083</u>	<u>8.969</u>	<u>9.161</u>	<u>8.102</u>

1) Inclusief logistiek totaal retail.

2) Inclusief centrale overhead, centraal distributiecentrum en productiebedrijven.

3) Zowel zelfbedieningsgroothandel als eigen supermarkten.

4) Het centrale distributiecentrum en de specifieke distributiecentra van Foodretail en Foodservice.

aankoopbedragen staan onder druk van promotionele acties, waardoor klanten meer 'hoppen' van grossier naar grossier. Ondanks deze effecten zijn wij er met name binnen EMTÉ, onze distributiecentra en de foodservicebezorglocaties in geslaagd forse productiviteitsverbeteringen te realiseren. Wij verwachten dat het personeelsbestand in 2010 ten opzichte van 2009 eveneens slechts beperkt zal wijzigen.

Pensioenfonds

De meeste medewerkers die onder de groothandel-CAO vallen, zijn opgenomen in het ondernemingspensioenfonds Stichting Pensioenfonds Sligro Food Group. In het jaar 2008 is

er een flink gat geslagen in de tot dat moment robuuste financiële positie van het fonds, net zoals dat bij veel fondsen het geval was. Daardoor kwam het fonds in een situatie van dekkingstekort terecht en hiervoor is een herstelplan bij de toezichthouder ingediend. Dit herstelplan noopt niet tot bijzondere maatregelen, maar het fondsbestuur heeft besloten om de premie geleidelijk te verhogen tot het bedrijfstakniveau om versneld weer voldoende weerstand op te bouwen. Doordat er in 2009 geen loonsverhoging was voor de bij het fonds aangesloten werknemers behoefde er per 1 januari 2010 ook niet geïndexeerd te worden en is vooralsnog alleen de indexatie van 1 januari 2009 gepasseerd.



De dekkingsgraad ultimo 2009 is uitgekomen op 107,5% waardoor het fonds in een situatie van reservetekort verkeert. De verwachte dekkingsgraad 2009 volgens het herstelplan bedroeg 106,6%. De benodigde dekkingsgraad volgens de richtlijnen van de toezichthouder beloopt 116.

De ontwikkeling van de dekkingsgraad is in 2009 ongunstig beïnvloed door een toename van de levensverwachting.

Medewerkersparticipatie

Het is onze doelstelling om alle medewerkers aandeelhouder van het bedrijf te laten zijn. Het behoud van onze 'Sligro-cultuur', onze eigen identiteit, de motivatie, binding en met name de betrokkenheid van de medewerkers, zal ook in de toekomst een kritische succesfactor zijn. Die grote betrokkenheid neemt van oudsher een centrale plaats in onze bedrijfscultuur in. We zijn van oorsprong immers een familiebedrijf met een sterk ontwikkeld 'wij-gevoel'. Ook na onze beursgang in 1989 hebben we veel geïnvesteerd in het handhaven van die zo kenmerkende betrokkenheid. Bovendien zoeken we voortdurend naar mogelijkheden om die

betrokkenheid verder te vergroten en te verankeren in onze bedrijfscultuur. Het aandeelhouder zijn, speelt daarin een belangrijke rol!

Het effect van medewerkersparticipatie

'Werken voor je eigen bedrijf' is gewoon net iets prettiger. Er ontstaat een gevoel van mede-eigenaar zijn en van gezamenlijke verantwoording. Dat is een belangrijke basis voor goede resultaten. In de Verenigde Staten en Europa is door verschillende instellingen en universiteiten onderzocht wat de gevolgen zijn van aandelenbezit door medewerkers. Daaruit bleek telkens dat ondernemingen met zogenaamde 'medewerkersparticipatie' meer groeien en betere resultaten hebben. Dit is een belangrijke onderbouwing van onze visie op en ons geloof in het positieve effect van medewerkersparticipatie. Voor Sligro Food Group én haar medewerkers!

Het gaat zeker niet alleen om het bezitten van aandelen. Natuurlijk kan iedereen die dat wil, binnen zijn eigen financiële mogelijkheden, aandelen kopen van elk aan de



beurs genoteerd bedrijf. Dit gaat echter niet verder dan een betrokkenheid bij de beurskoers van dat bedrijf, niet bij het bedrijf zelf. Men heeft immers zelf geen invloed op de resultaten. Bij voldoende koersstijging worden die aandelen verkocht daarmee stopt de betrokkenheid.

Bij Sligro Food Group willen wij het duurzaam aandelenbezit in ons eigen bedrijf stimuleren en de eventuele groei van dat bezit koppelen aan onze prestatie. Dat kan een gezamenlijke prestatie zijn als de bijdrage van alle medewerkers in de winst van ons bedrijf, of individueel, bijvoorbeeld als bijdrage aan een laag ziekteverzuim. In beide gevallen leidt dat tot een aandelenbezit als resultaat van de eigen prestatie.

Winstdeling

De Groep hanteert voor haar medewerkers onder de naam 'Samen gewerkt, samen gewonnen' al vele jaren een winstdelingsregeling. Deze regeling maakt deel uit van het hiervoor beschreven medewerkersparticipatieprogramma.

De winstdeling is afhankelijk van de groepswinst als percentage van de omzet. De totale winstdeling beliep een bedrag van € 3,0 miljoen, exclusief werkgeversheffingen (2008: € 2,8 miljoen). Zoals altijd werd dit bedrag omgezet in Sligro Food Group-aandelen, als extra stimulans voor ons medewerkersparticipatieprogramma. Het personeel (exclusief directie) beschikt mede daardoor over 1.275.000 aandelen met een waarde van circa € 30 miljoen (juli 2010).

Nieuwe influenza A en risicobeheersing

De Nieuwe Influenza A ('Mexicaanse Griep') werd in 2009 door de WHO uitgeroepen tot pandemie. Hoewel exacte voorspellingen niet mogelijk waren, was de verwachting dat de pandemie zich in het najaar van 2009 zou ontwikkelen en tot een fors aantal ziektegevallen zou leiden. De levensmiddelendistributie werd door de minister aangewezen als 'vitale sector' en verplicht gesteld een continuïteitsplan te ontwikkelen.

Binnen Sligro Food Group hebben wij inzichtelijk gemaakt wat de consequenties zijn voor de continuïteit van onze productie en dienstverlening wanneer daadwerkelijk een flink deel van onze medewerkers ziek zou zijn. De werkgroep die dit heeft gerealiseerd bestond uit verantwoordelijke en beslissingsbevoegde medewerkers van al onze elementaire bedrijfsprocessen. De werkgroep heeft de kritische bedrijfs-



processen geïdentificeerd en de risico's en de gevolgen daarvan beoordeeld. De richtlijnen en informatie die wij ontvingen van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en het RIVM (Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu) gebruikten wij hiervoor als uitgangspunt.

Inmiddels weten we dat de griep zich volgens een minder dramatisch scenario ontwikkelde. Toch is alle moeite niet voor niets geweest.

Het ontwikkelde continuïteitsplan stelt ons ook in de toekomst in staat alert te reageren op ontwikkelingen die van invloed zijn op het ziekteverzuim. Aan de basis van dit plan staat een fasering van het ziekteverzuim. Deze fasering is uniform opgenomen in de continuïteitsplannen van de verschillende formules binnen Sligro Food Group. Bij aanvang van iedere fase bepaalt het pandemieteam de maatregelen conform het continuïteitsplan, stemt deze af met de directie en voert de coördinatie.

Sociaal

jaarverslag 2010





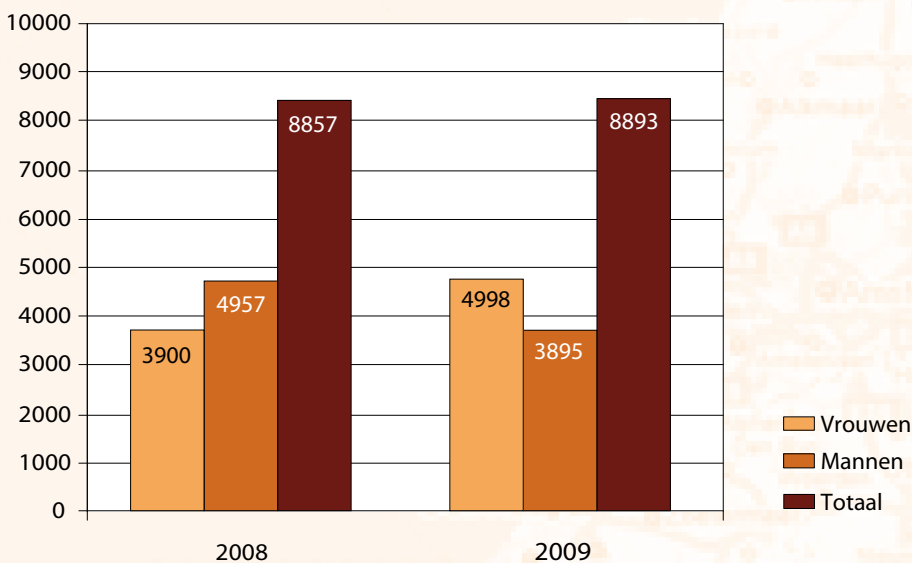
Aantal werknemers

Mannen en vrouwen

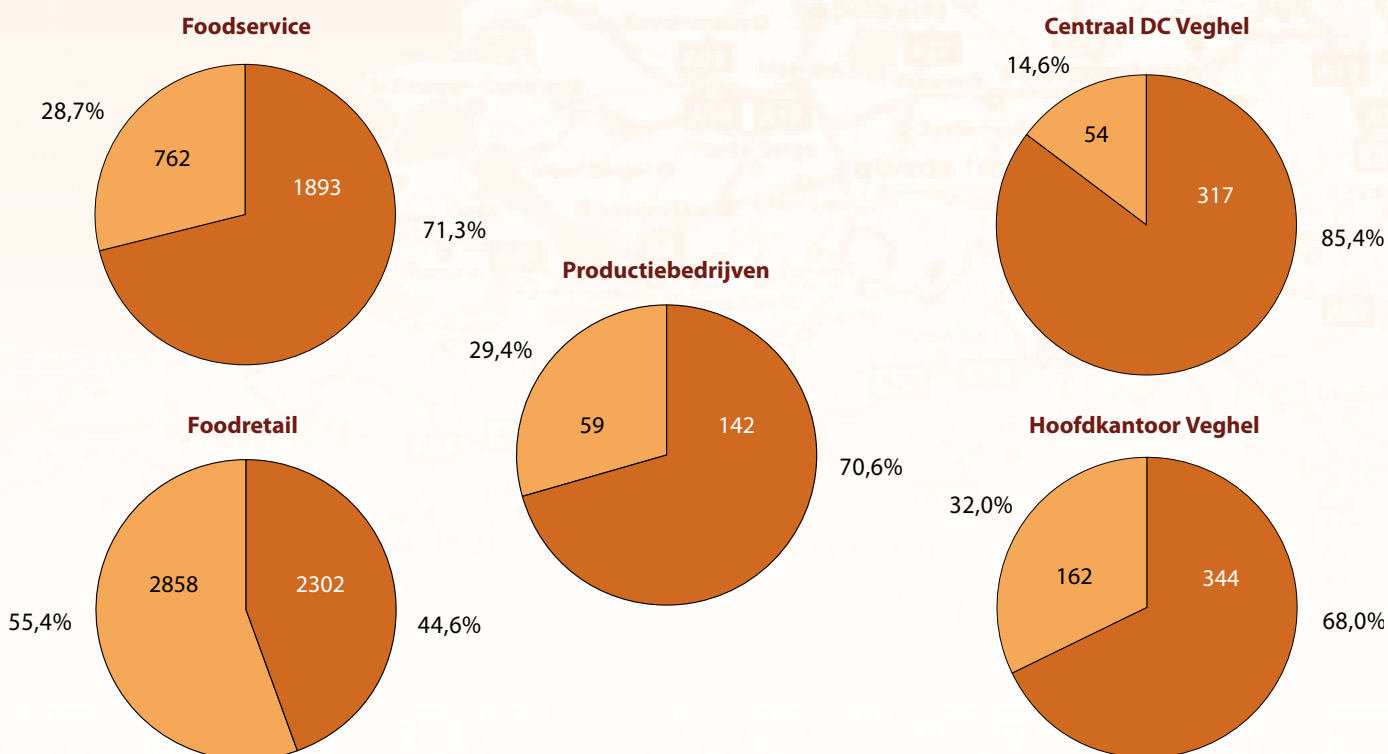
In supermarkten zijn veel meer vrouwen werkzaam dan in de groothandels. Enerzijds vindt dat zijn oorsprong in het meer logistieke werk in de groothandels, anderzijds omdat de functies binnen de zelfbedieningsgroothandel een ander karakter

hebben. Daar werken vrouwen vooral in de kassagroep en receptie. De grafiek en taartdiagrammen op deze pagina geven de procentuele verhouding weer binnen Sligro Food Group, verdeeld over de verschillende bedrijfsonderdelen.

Totaal aantal werknemers, vrouwen en mannen



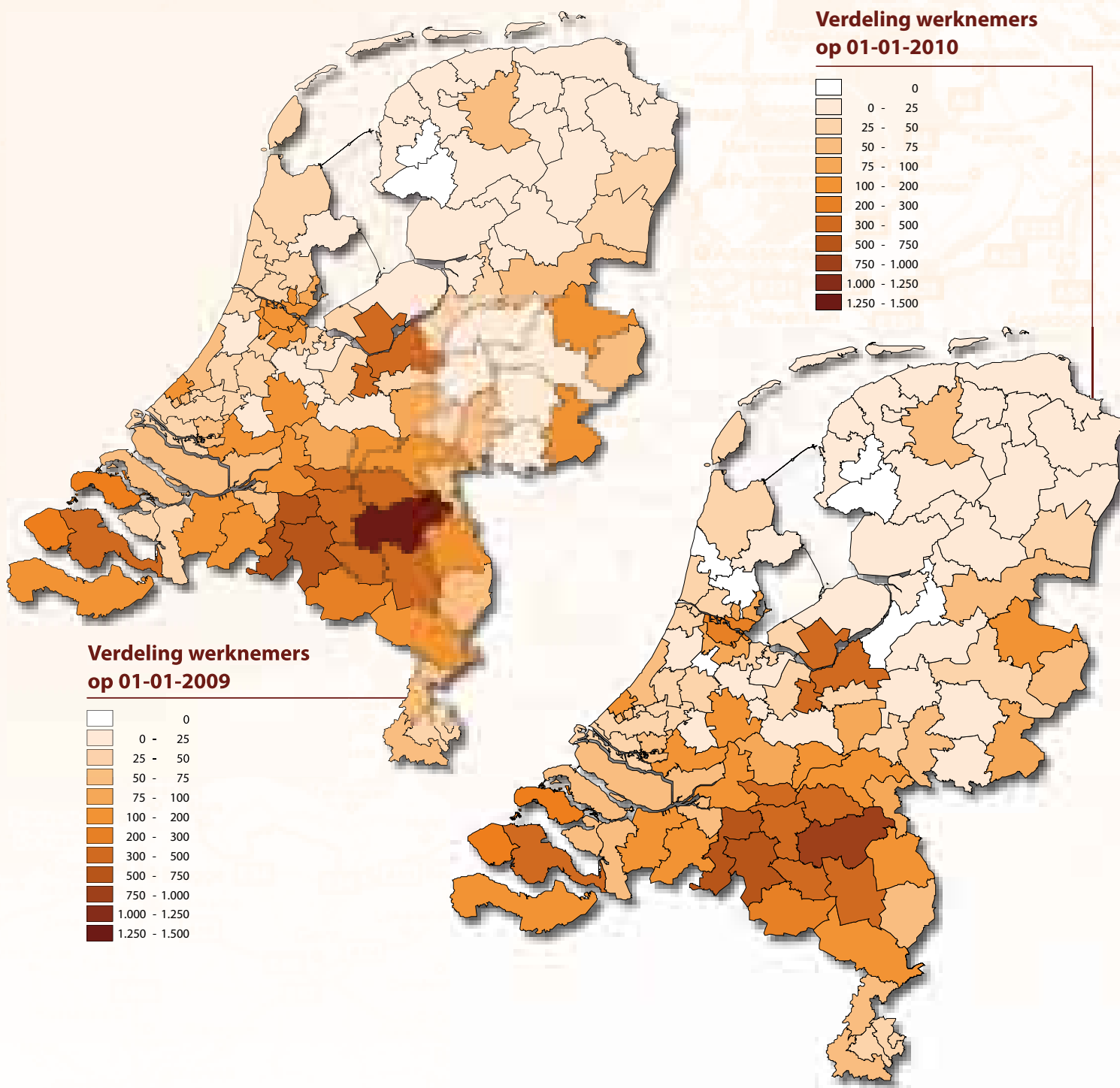
Verhouding man - vrouw



Spreiding medewerkers

In 2009 is het personeelsbestand van Sligro Food Group stabiel gebleven. De meeste EMTÉ supermarkten liggen in Zuid-Nederland, vandaar dat daar ook de meeste medewerkers

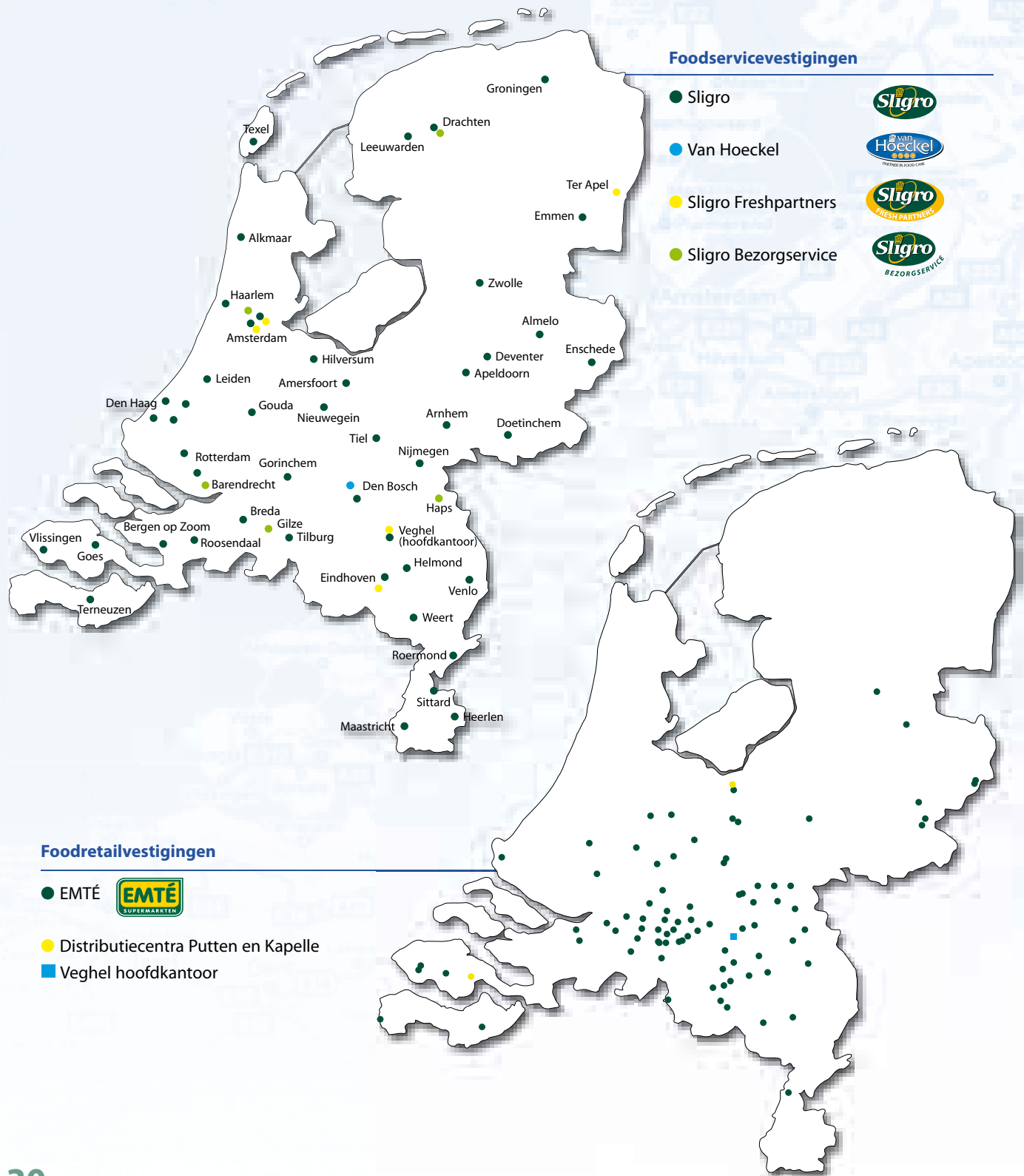
wonen en werken. Sligro Food Group vindt zijn oorsprong in Brabant, maar duidelijk is dat de spreiding van de medewerkers over het gehele land in de loop der jaren is toegenomen.

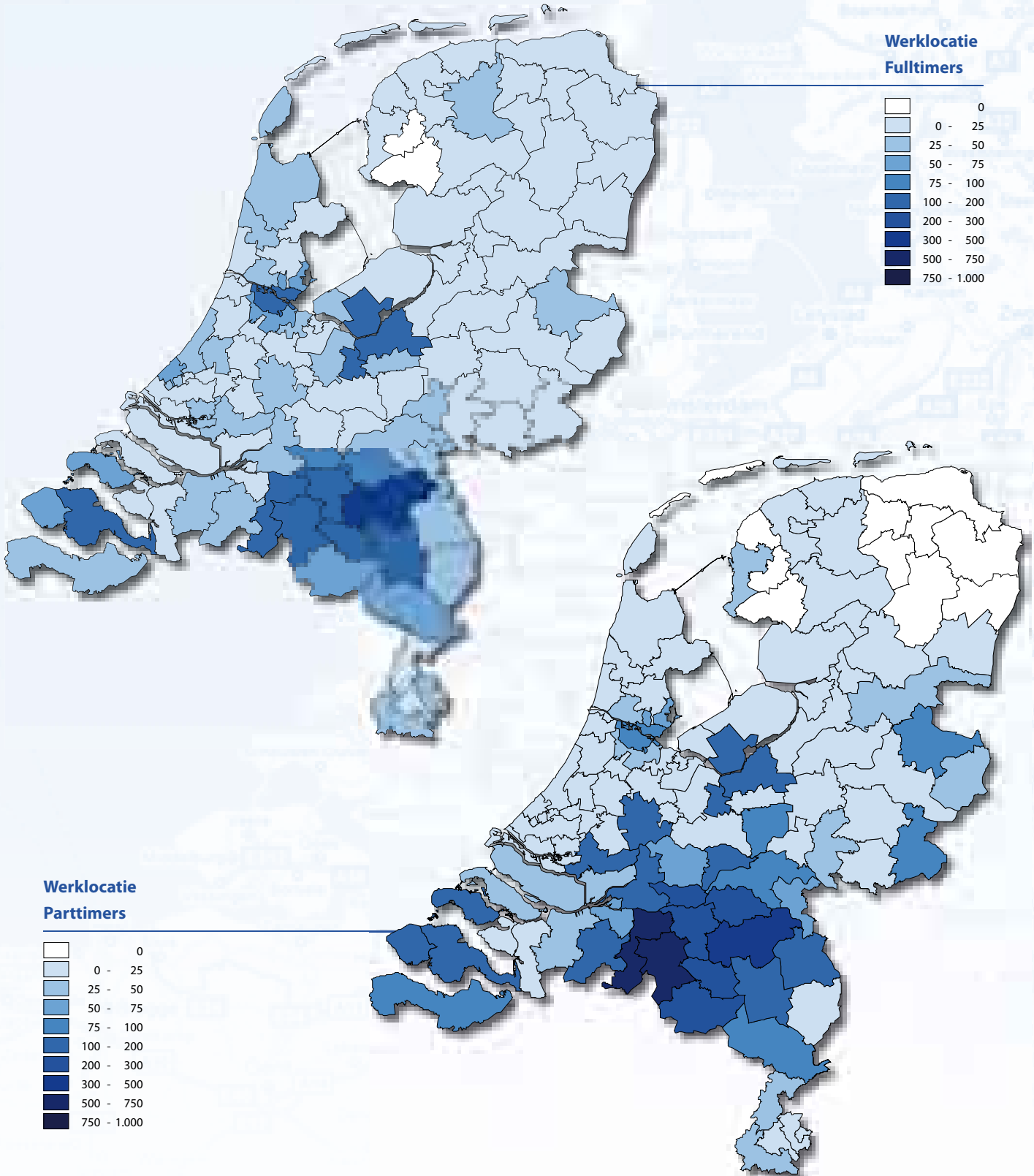


Verdeling fulltimers en parttimers

Uit de figuren op deze pagina's is goed op te maken dat het aantal parttimers in de supermarkten veel groter is dan in de foodservicebedrijven. Tevens werken we in onze distributie-

centra met avond- en zaterdagploegen, jongeren die nog studeren maar bij ons werken voor hun bijverdiensten.



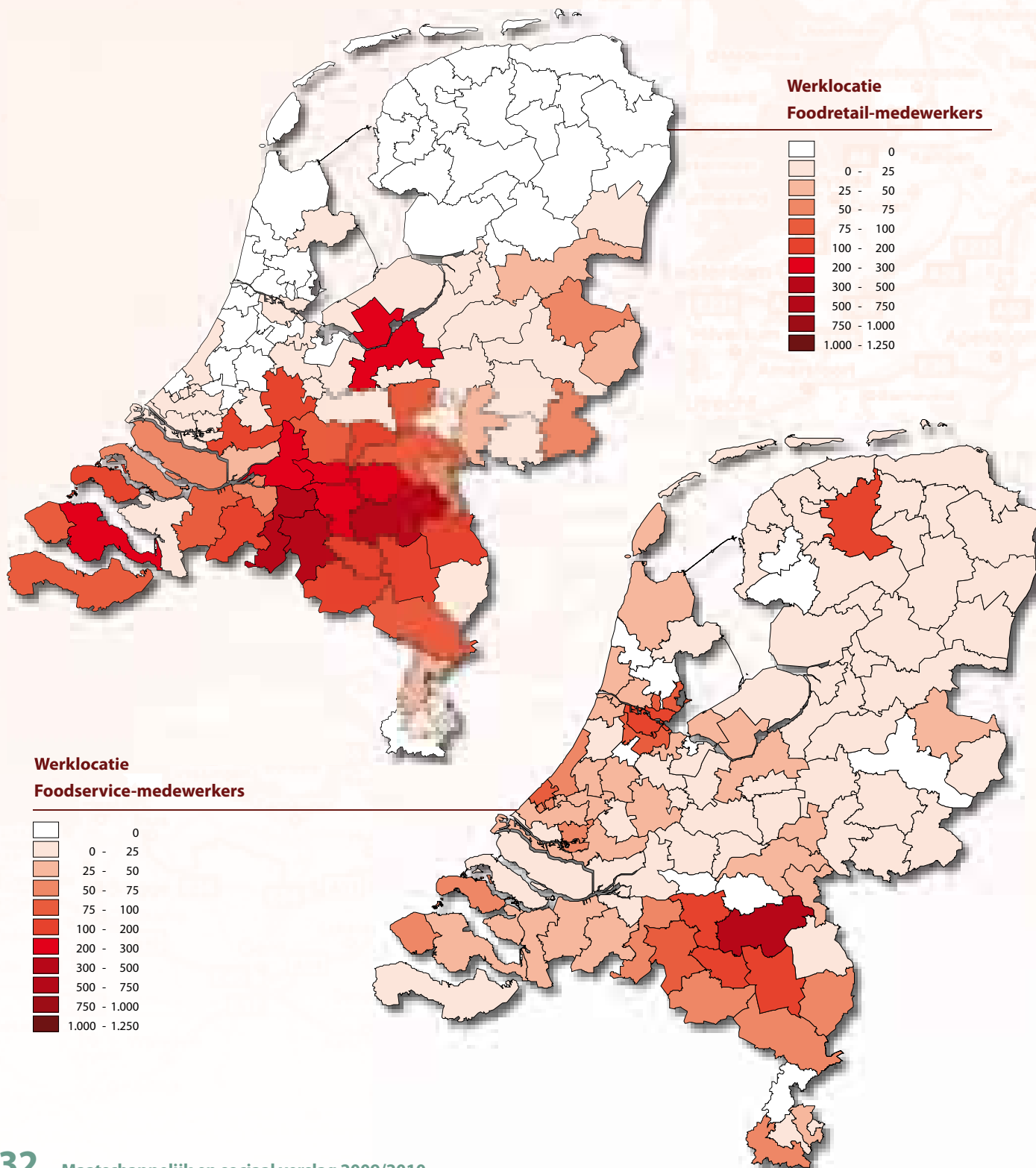


Verdeling werknemers over bedrijfsactiviteiten

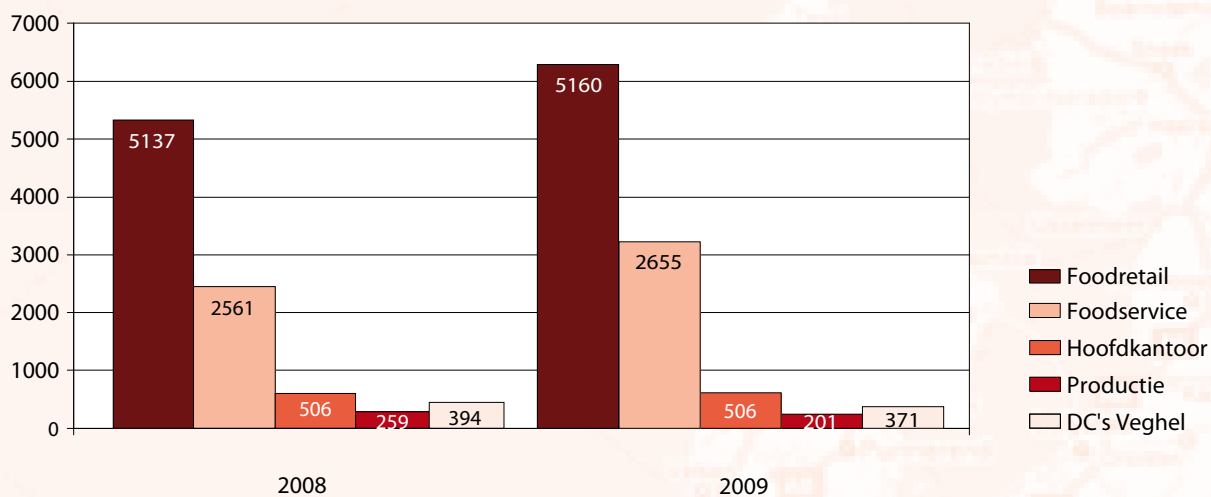
Foodretail en Foodservice

In onderstaand overzicht is te zien dat we onze EMTÉ supermarkten geografisch geconcentreerd hebben. Dit biedt mogelijkheden voor mobiliteit en snelle ondersteuning. De overige activiteiten

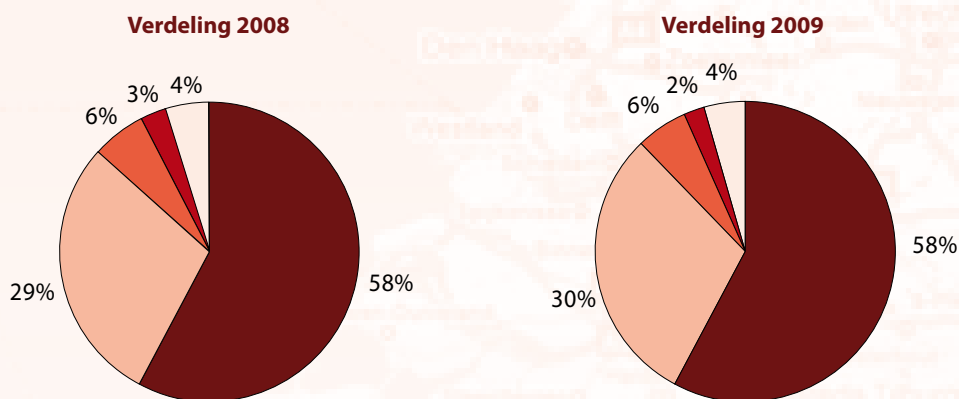
zijn veel meer verspreid over het land en mobiliteit van medewerkers vraagt vaak ook bereidheid tot reizen of verhuizen. Voor dat laatste hebben we een goede financiële regeling.



Aantal medewerkers per activiteit, ultimo jaar



Verdeling werknemers over Foodretail, Foodservice, Hoofdkantoor en DC Veghel



Gemiddelde leeftijd binnen werkmaatschappij

Gemiddelde leeftijd binnen werkmaatschappij (in jaren)

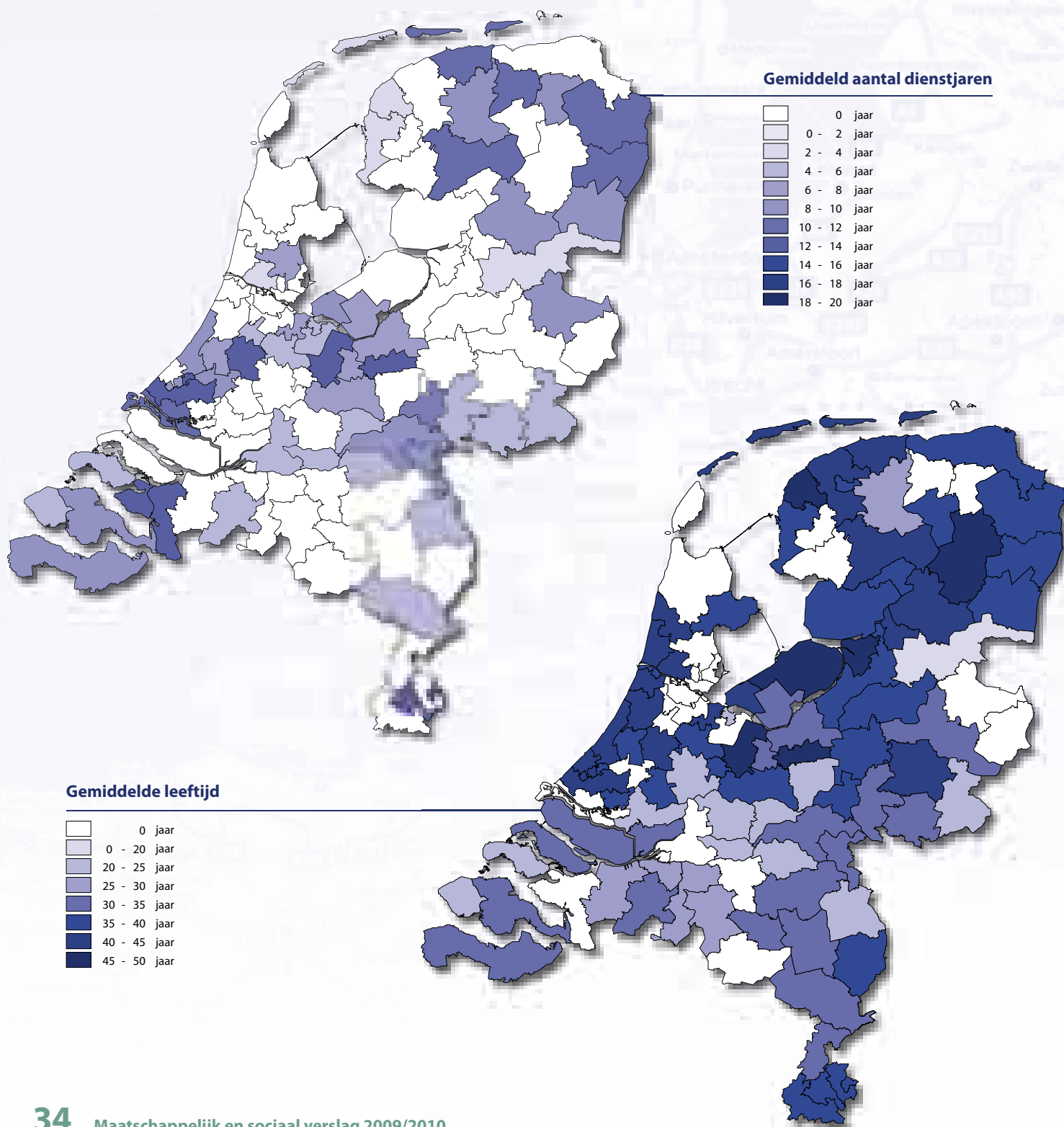
Centraal DC	36,2
Foodservice	38,7
Hoofdkantoor	40,7
Productie	40,9
Foodretail	27,2
Totale groep	32,1

Leeftijd en dienstjaren

Langdurig dienstverband

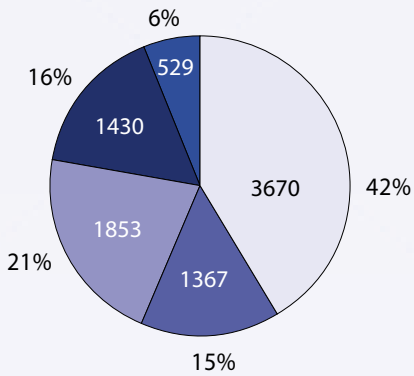
Sligro Food Group werkt graag met vaste krachten en graag voor langere periodes. In deze overzichten is goed te zien dat we dat op de plaatsen waar we al langer zitten goed kunnen

realiseren. Dat geldt ook voor de medewerkers van overgenomen bedrijven.

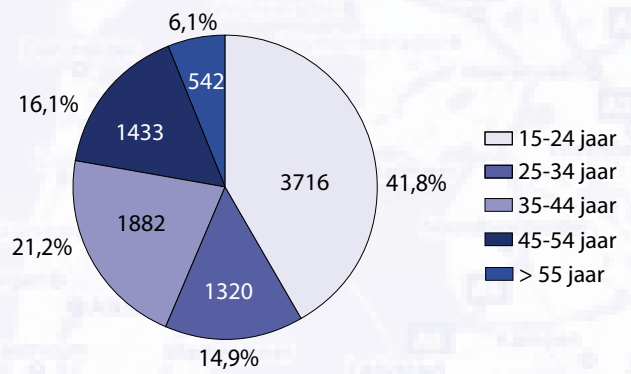


Verhouding leeftijdsgroepen

Totaal 2008

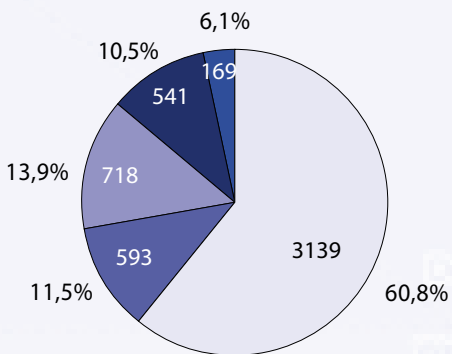


Totaal 2009

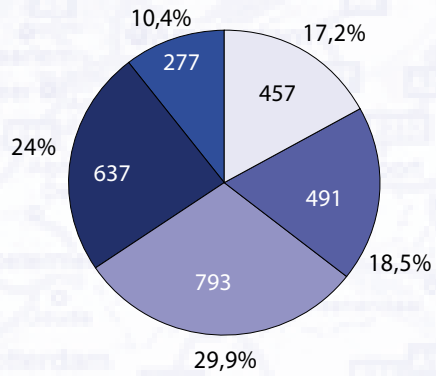


Foodretail

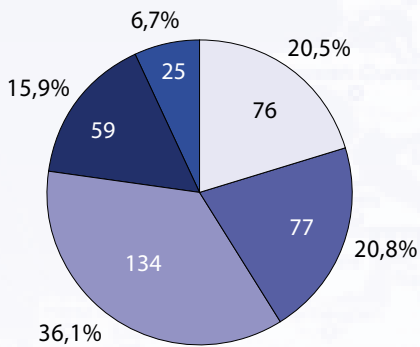
2009



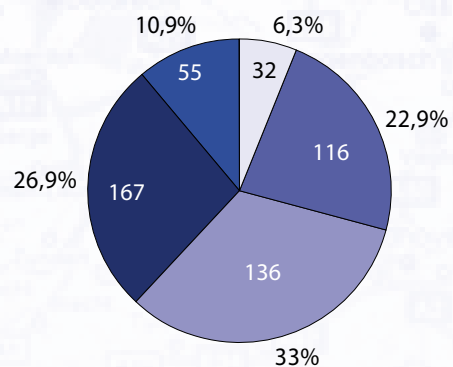
Foodservice



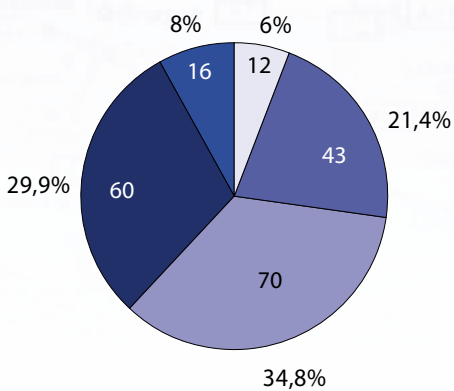
DC-Veghel



Hoofdkantoor



Productie



Opleidingen

Veilig werken: BHV

Veilig werken is uiteraard heel belangrijk. Sligro Food Group heeft daarvoor een beleid uitgezet waarvan het in dienst hebben van Bedrijfshulpverleners er één van is. Per locatie is het gewenste aantal bepaald en bij mutaties worden er direct nieuwe mensen voor aangewezen. Deze ontvangen allemaal een basisopleiding en uiteraard herhalingstrainingen. In 2009 deden 954 medewerkers een BHV training of herhalings-training.

Duizenden leeractiviteiten

In 2009 heeft bijna iedereen enige vorm van een leeractiviteit gevolgd. Of dit nu een cursus, workshop, introductiedag, training of compleet professionaliseringstraject was.

Enkele sprekende voorbeelden van opleidingen:

Foodretail

10	medewerkers	volgden de AD opleiding
58	medewerkers	volgden de cursus Sociale Hygiëne
1	klas	verkoopmedewerker Vlees of Vers
1	klas	Winkelslager

Foodservice

47	medewerkers	volgden op opleiding Professioneel Medewerker Klantenteam
127	medewerkers	de opleiding Professioneel Medewerker Groothandel
23	medewerkers	de Coachopleiding PMG
21	medewerkers	de opleiding Professioneel Verkoopmedewerker
39	medewerkers	de module Kassa en Receptie
27	medewerkers	Kaascursus
107	medewerkers	Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), een risico-inventarisatie voor voedingsmiddelen

Logistiek

74	medewerkers	Professioneel Distributie Vakman
132	medewerkers	Heftruck
59	chauffeurs	de opleiding Professioneel Chauffeur Sligro
7	medewerkers	Professioneel Arbeidsmotoriek Sligro
28	medewerkers	Medewerker Magazijn
13	medewerkers	Groepsleider Magazijn

Sligro Food Group breed

194	medewerkers	basiscursus BHV
760	medewerkers	herhalingscursus BHV
71	medewerkers	Jong- en Oud Oranje
15	medewerkers	de training Beter Presenteren
40	medewerkers	de training Management by Commitment
8	medewerkers	de training Voeren van Functioneringsgesprekken
35	medewerkers	de training Ziekteverzuimbegeleiding
120	medewerkers	een Individuele Opleiding
121	medewerkers	Beheerder Brandmeldinstallatie

Ziekteverzuim

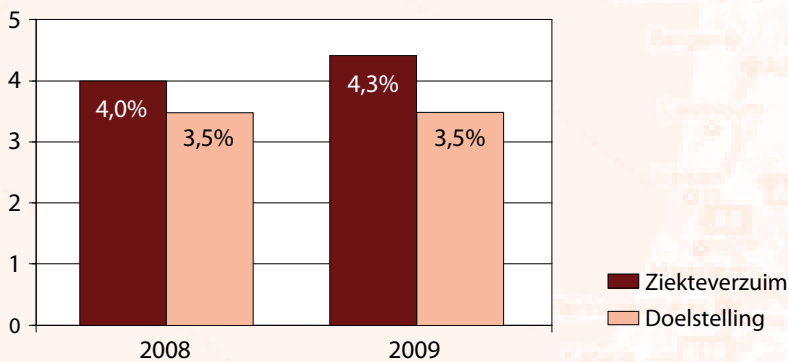
Ziekteverzuim, klein verschil, groot effect

Met de kleine toename van het aantal medewerkers nemen de ziekte-dagen toe ondanks het feit dat het gemiddelde percentage verzuim slechts gering toeneemt. De betekenis van een kleine stijging of daling neemt dus sterk toe.

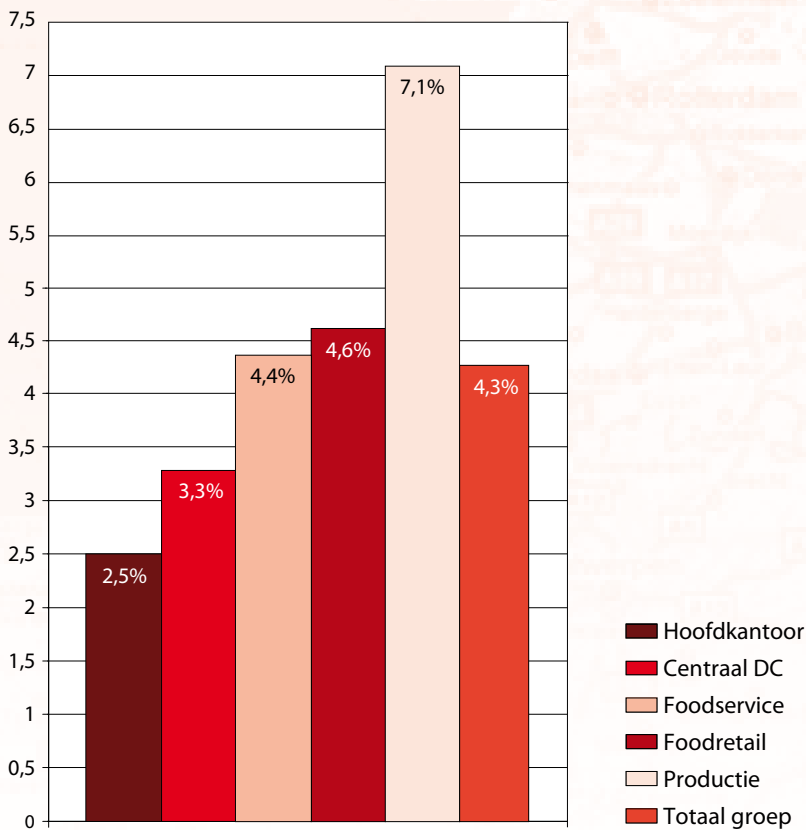
Elke tiende van een procent vertegenwoordigt een grote waarde aan arbeidscapaciteit en er is dus alle reden nog meer aandacht te besteden aan de details. Vooral de productielocaties zullen we in 2010 nauwlettend gaan volgen.

De doelstelling voor 2010 blijft onveranderd 3,5%.

Ziekteverzuimpercentage totaal



Ziekteverzuimpercentage per werkmaatschappij



Voeding



In Sligro Food Group zijn foodretail- en foodservicebedrijven actief, die zich direct en indirect richten op de Nederlandse markt van de etende mens. Dit geschiedt bij Foodservice als groothandel en bij foodretail als groothandel en detaillist. Daarnaast hebben wij eigen productiefaciliteiten voor gespecialiseerde convenience-producten, vis en patisserie en deelnemingen in onze Fresh Partners voor vlees, wild & gevogelte, AGF en brood & banket.

Kortom, voeding speelt een hoofdrol in onze dagelijkse bedrijfsvoering. Hierna een paar voorbeelden van recente ontwikkelingen en keuzes die wij gemaakt hebben met betrekking tot onze maatschappelijke verantwoording.

Eerlijk & heerlijk

Eerlijk & Heerlijk van Sligro Food Group is een duurzaam geproduceerde assortimentsselectie die is gebaseerd op vier hoofdpijlers, om een zo breed mogelijk keuze in verantwoorde producten aan te kunnen bieden. Eerlijk & Heerlijk is een maatschappelijk verantwoorde keuze op productniveau. Zowel A-merken als Exclusieve Merken (huismerken) kunnen in de selectie opgenomen worden. Bij de verpakking van Eerlijk & Heerlijk producten wordt er gestreefd naar een zo duurzaam mogelijke alternatief. Een belangrijke doelstelling is om een transparant en begrijpelijk concept te bieden wat de consument werkelijk helpt bij het maken van zijn duurzame keuzes. Niet alleen op de winkelvloer, voor het schap, maar ook oriënterend en selecterend via het internet.

De vier hoofdpijlers, te weten biologisch, eerlijke handel, duurzaam en streekproduct, worden, waar mogelijk, ondersteund door onafhankelijke keurmerken.

Biologisch

Producten die zijn geproduceerd met respect voor het behoud van natuur, milieu en biodiversiteit. Keurmerken die deze pijler ondersteunen zijn het EKO keurmerk en het Europees Biologisch keurmerk en SKAL.

Eerlijke handel

Eerlijke handel onder internationale handelsvoorwaarden met respect voor mens, natuur en milieu is het uitgangspunt van deze pijler. De handel waarop deze pijler betrekking heeft is handel waarbij de grondstoffen oorspronkelijk uit niet-EU lidstaten afkomstig zijn. Eerlijke handel draagt bij aan duurzame ontwikkeling en rechten van producenten en arbeiders, vooral in ontwikkelingslanden. Het doel is om te zorgen voor markttoegang, een hogere omzet, een groeiend inkomen en

advies en ondersteuning van de producenten van grondstoffen. Producten kunnen onder andere voorzien zijn van Fairtrade Max Havelaar en UTZ Certified.

Duurzaam

Duurzaam is een zeer breed begrip, afbakening is dus erg belangrijk. Eerlijk&Heerlijk duurzaam kent twee stromingen, namelijk dierenwelzijn en duurzame productieprocessen. Waarden die hierbij centraal staan zijn dierenwelzijn, energiebeheer en milieubehoud.

Streekproduct

Een streekproduct is in onze definitie een product afkomstig uit een bepaalde streek in Nederland. Deze streek is niet perse de streek waarin de Sligro-vestiging of EMTÉ-winkel zich bevindt. De waarden die centraal staan bij een streekproduct zijn herkomst en smaak. Aangezien er geen onafhankelijk keurmerk is dat streekproducten controleert, is er door Sligro Food Group een checklist ontwikkeld waarmee de selectiecriteria kunnen worden gecontroleerd. Indien het product voldoet aan de checklist zal er nog een audit plaatsvinden voor een definitieve opname van het product in het assortiment.

Wij verwachten dit begin 2011 in de markt te kunnen zetten, zowel binnen foodservice (Sligro, Van Hoeckel) als foodretail (EMTÉ).

Verantwoord kalfsvlees

Kalfsvlees is in de horeca een veel gevraagd en hoog gewaardeerd product. Voor veel horecaondernemers en consumenten heeft kalfsvlees echter ook een wat negatieve bijmaak, wat met name komt doordat de productiewijze van het vlees ter discussie staat.

Als antwoord hierop introduceerde Sligro in 2009 een bijzonder kalfsvlees onder het merk Meierijsche Roem. Dit kalfsvlees voldoet aan de hoogste eisen met betrekking tot dierenwelzijn. Inmiddels heeft ook de Dierenbescherming deze kwaliteit erkent en draagt Meierijsche Roem het 'Beter Leven' kenmerk van de Dierenbescherming. De speciaal geselecteerde kalveren worden bij de kalverhouder in groepen gehuisvest, wat het natuurlijke kuddegedrag bevordert. Een zorgvuldig voedingsprogramma en gecontroleerde en individuele zorg draagt bij aan optimale omstandigheden voor het opgroeien van de kalveren. Bovendien biedt het keurmerk kenmerk



Beter Leven meerwaarde voor horecagelegenheden die maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel hebben staan bij het samenstellen van hun menukaart.

Een belangrijk uitgangspunt bij het kalfsvlees van Meierijssche Roem is de voedselveiligheid. Zodra een kalf geboren is, krijgt het een uniek Identificatie- en registratienummer (ID-nummer). Ook de herkomst van het voer, de certificaten en de uitgevoerde controles, worden gekoppeld aan dit nummer. Hiermee wordt de hele keten van het product transparant. Het voedselveiligheidsprogramma Safety Guard van onze leverancier staat hiervoor garant. Onder Safety Guard worden ook alle kwaliteitssystemen zoals HACCP, BRC en GVP gewaarborgd.

Varkensvlees van niet gecasteerde biggen

Wij geven concreet invulling aan de ambities van de op 29 november 2007 getekende Verklaring van Noordwijk. Daarin is onder meer vastgelegd dat de ondertekenaars er naar streven vóór 2015 op een verantwoorde wijze te stoppen met castreren van biggen. De ontwikkelingen verlopen dusdanig voorspoedig dat wij ruimschoots binnen de gestelde termijn de doelstellingen zullen behalen. Uiterlijk per 01-01-2011 zullen wij uitsluitend vlees van ongecasteerde varkens inkopen.

Label Rouge kwaliteitskip

Sligro heeft gekozen voor kip met het Label Rouge keurmerk. Label Rouge is al sinds de jaren '60 een kwalitatief Frans keurmerk wat staat voor smaak, dierenwelzijn en het milieu. De kippen groeien langzaam in de buitenlucht op in kleinschalige pluimveehouderijen, waar de dieren de beschikking hebben over een vrije uitloop. Bovendien worden ze gevoed met minimaal 75% granen. Label Rouge hanteert strenge controles op het hele productieproces, van begin tot eind. Bovendien heeft de Nederlandse Dierenbescherming in april 2009 besloten haar 'Beter Leven' keurmerk toe te kennen aan de Franse pluimveeproducten die onder het Label Rouge worden geproduceerd. Het Label Rouge productieproces wordt zelfs met de maximaal haalbare drie sterren gewaardeerd. De Dierenbescherming is eigenaar van het 'Beter Leven' keurmerk en verantwoordelijk voor de toekenning van het aantal sterren.

Paling

Sligro Food Group zet zich in voor verduurzaming van het visbestand en ondersteunt actief initiatieven op dit gebied. Onze supermarktformules EMTÉ en Golff staan niet voor niets in de top als het gaat over het voeren van een duurzaam visbeleid (bron: Greenpeace).

Sinds december 2009 verheugt de discussie over paling. Niet over het feit dat het slecht gaat met de wilde paling in Nederland, daarover zijn alle belanghebbenden het eens. Wel is er discussie over de route naar herstel. Enkele supermarktorganisaties gaven aan te stoppen met verkoop van paling, al dan niet onder druk van NGO's. Volgens het Productschap Vis moet de verkoop van paling juist niet worden stopgezet en zij geeft aan dat die maatregel de nekslag zal betekenen voor de palingstand en een complete bedrijfssector. De discussie wordt vertroebeld door verschillende standpunten en belangen met betrekking tot de palingstand, -kwekerij en -visserij.

Doordat paling een typisch nationaal product is, heeft het bovendien een hoog aandachtsniveau in de publieke opinie. Dat mag er echter niet toe leiden dat geregisseerde communicatie van een belanghebbende ons dwingt keuzes te maken op emotionele gronden. Dat is jammer, want juist in het kader van onze gezamenlijke verantwoording in de keten is transparantie en ratio een voorwaarde en belangrijker dan individueel scoren.

Paling wordt met uitsterven bedreigd. In de schappen van de Nederlandse supermarkten en groothandels ligt uitsluitend kweekpaling en geen wilde paling. Een verkoopstop voor gekweekte paling in de Nederlandse supermarkten zal enig effect hebben op markt en prijzen, maar alleen een groot-schalige internationaal opgezette verkoopstop zal aanzienlijke en merkbare effecten hebben op het bestand, dat blijkt uit 'The impact of a potential sales ban for eel on stock and sector', een analyse van de problematiek die in opdracht van het WNF door WUR (LEI en IMARES) in juli 2009 is verricht.

Natuurlijk, wanneer de markt besluit te stoppen met de verkoop van paling, zal Sligro Food Group zich daarbij aansluiten, maar niet zonder er op te wijzen dat er uitsluitend sprake is van symptoombestrijding in plaats van het aanpakken van de oorzaak.

Workshops 'duurzame vis op de kaart'

Om zoveel mogelijk horecaondernemers kennis te laten nemen van de campagne en van het belang van duurzame vis, organiseerde Sligro in samenwerking met WNF en KHN de workshops 'Vis en Duurzaamheid'. In deze workshops leren chefs en restaurantmedewerkers hoe je met de verschillende vissoorten kunt werken en waar ze vandaan komen. Daarnaast worden klanten met behulp van een brochure en instore met recepten geïnspireerd om voor hun gasten visgerechtten te bereiden met vissoorten die op de juiste manier zijn gevangen en passen in het seizoen.



Duurzaam geproduceerde cacao

Er dreigt schaarste aan cacao in de grootste producerende landen en de kwaliteit is in het geding. Veel cacaoboeren kunnen niet goed rond komen en het ontbreekt hen aan

middelen om de cacao productie te verbeteren. Daarentegen is er sprake van een groeiende consumentenvraag naar gegarandeerd duurzaam geproduceerde cacao.

Op 4 maart 2010 tekenden de belangrijkste spelers uit de Nederlandse cacao sector met Minister Verburg van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), een intentieverklaring waarin is aangegeven dat de partijen zullen streven naar volledig duurzame cacao consumptie in 2025. Tien jaar eerder, in 2015 moet al 50% van de Nederlandse cacao duurzaam zijn. Onze brancheorganisatie CBL is namens alle supermarkten mede ondertekenaar van deze intentieverklaring. Vooruitlopend op de intentieverklaring zijn wij in 2009 gestart met de verduurzaming van ons eigen merk assortiment. De paaseitjes en chocoladeletters die wij onder ons eigen label 'Bonbiance' verkopen, hebben respectievelijk een UTZ en Fairtrade-Max Havelaar certificering.



Maatschappij



Wij hebben er voor gekozen om zowel onze milieuonderwerpen als de meer sociaal getinte thema's samen te vatten in het hoofdstuk 'Maatschappij'. Dat lijkt een bont palet van activiteiten, maar de maatschappelijke relevantie is overal de rode draad en zorgt voor de onderlinge binding. De hieronder beschreven onderwerpen zijn niet uitputtend maar voorbeelden van actuele ontwikkelingen

Zondagopenstelling

De Tweede Kamer heeft voor een nieuwe winkeltijdenwet gestemd die het aantal koopzondagen beperkt. Toch hebben in 2009 juist veel supermarkten hun deuren op zondag geopend. Zo ook enkele EMTÉ supermarkten. Wij komen daarmee tegemoet aan de behoefte van veel Nederlanders om op zondag boodschappen te kunnen doen. Niet alle EMTÉ supermarkten komen hiervoor in aanmerking omdat wij rekening houden met plaatselijk gebruik en geloofsovertuiging. Enkele supermarkten kunnen gebruik maken van het feit dat hun gemeente als toeristisch gebied gekenmerkt is, maar de meeste supermarkten maken gebruik van de mogelijkheid om op zondag van 16.00 tot 20.00 uur als avondwinkel open te zijn. Binnen de avondwinkelregelgeving kan de gemeente per 15.000 inwoners één supermarkt vergunning verlenen om open te zijn. De gemeente bepaalt vervolgens welke supermarkt dat is. Bij die keuze hanteren gemeenten verschillende criteria die variëren van min of meer rationele keuzes tot simpelweg loten. In alle gevallen leidt dat tot oneerlijke concurrentie. Wij zijn daar tegenstander van en pleiten voor het principe 'gelijke monniken, gelijke kappen', dus óf geen supermarkt open óf voor elke supermarkt de mogelijkheid om open te zijn. Helaas heeft de overheid, ondanks vele signalen en de duidelijk onbedoelde toepassing van de wet, nog niet de verantwoordelijkheid genomen om met passende wetgeving te komen.

Fairtrade Max Havelaar

Sligro Food Group is in 2009 licentiehoudster geworden van Fairtrade Max Havelaar. Dit geeft ons meer mogelijkheden om binnen de kaders van ons duurzaamheidsbeleid zelf de keuzes te maken en daarbij niet afhankelijk te zijn van leveranciers. Dit stelt ons in staat de fairtradeprincipes ook door te voeren in onze exclusieve merken en daarmee voorloper en onderscheidend te zijn. Binnen Sligro Food Group is het keurmerk inmiddels te vinden op een brede range van producten zoals koffie, thee, vruchtensappen, chocolade, (biologische) rietsuiker en katoen.

Het internationale Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade maakt het via prijsgaranties (profit) mogelijk dat boeren in ontwikkelingslanden kunnen voldoen aan strenge milieueisen (planet) en sociale criteria (people). Door Fairtrade voorwaarden toe te passen, wordt bestaande handel een motor voor armoedebestrijding, duurzame ontwikkeling en empowerment in ontwikkelingslanden.

Alcohol en jongeren

Wij maken ons zorgen om alcoholmisbruik onder jongeren. Wij denken dat de norm 'geen alcohol onder de 16 jaar' veel meer verankerd moet worden in de maatschappij. Het moet voor iedereen een logisch gegeven zijn dat als je onder de 16 jaar bent, alcohol niet goed voor je is. Dit besef is er nog lang niet bij iedereen.

Alcoholmisbruik bij jongeren moet gericht worden aangepakt door een brede coalitie: overheid, gezondheidsinstellingen, bedrijfsleven en ouders, en met een mix van maatregelen. Een belangrijke stap daarbij zou de strafbaarstelling van óók de jonge kopers zelf kunnen zijn. De verantwoording en dus ook de sanctionering als gevolg van het niet naleven hoort

niet alleen bij de supermarkten te liggen. Jongeren moeten voor hun eigen gedrag zelf direct verantwoordelijk worden gesteld.

Wij nemen extra maatregelen om te voorkomen dat jongeren onder de 16 jaar nog aan alcohol kunnen komen. De Nederlandse supermarkten hebben hiertoe in CBL-verband afspraken gemaakt om naleving van deze leeftijdsgrens beter te kunnen garanderen. Vanaf 2 maart 2009 wordt aan jongeren tot 20 jaar die alcohol of tabak willen kopen, gevraagd om klaar te staan met een geldig legitimatiebewijs. Het gaat hier niet om een wettelijke eis, maar om een eigen maatregel van de supermarkten. Uit het jaarlijks onderzoek van de Voedsel en Warenautoriteit komt naar voren dat het steeds beter gaat met de leeftijdscontrole. Wij werken als branche intensief samen met de Voedsel en Warenautoriteit ten behoeve van de naleving van de leeftijdsgrens.

Breakpoint, de gezonde schoolkantine

Speciaal voor het voortgezet onderwijs is door Sligro een concept voor schoolkantines ontwikkeld; Breakpoint. De achterliggende gedachte van Breakpoint is de school ondersteunen



in de exploitatie van de schoolkantine door hiervoor een gezond en verantwoord concept aan te bieden wat inspeelt op trends, de behoeften van de school als opdrachtgever en die van de eindgebruiker, de leerling. Binnen dit concept zijn de expertise van een cateraar, de productkennis van een leverancier en de locatiekennis van de school gebundeld. De school is de uitvoerende partij en exploiteert de kantine in eigen beheer. Binnen de exploitatie maakt de school gebruik van de ondersteuning van het formuleteam van Sligro. Breakpoint biedt een uitgebalanceerd, gezond en eigentijds assortiment, vers en trendy gepresenteerd. Wij streven ernaar dit te realiseren binnen de uitgangspunten zoals door het Voedingscentrum geformuleerd; 80% van het aanbod basisvoeding en 20% extra voeding. Daarnaast speelt Breakpoint in op het multifunctionele gebruik van de kantine, dus niet slechts als lunchlocatie maar ook als een sociale omgeving gedurende de hele dag. Dit resulteert in een aantrekkelijke voorziening waarbij de scholier binnen de school krijgt wat hij voorheen buiten de school zocht.

Naast het gezonde basisassortiment kent het concept een aanvullende menucyclus met producten van deze tijd. Breakpoint stuurt hierbij op een omslag van beleren naar verleiden. Hiertoe zijn de producten ondergebracht in diverse aansprekende productgroepen. Zo staat 'Healthy Break' voor salades en vruchtensappen, 'Energy Break' voor het broodnodige als wraps, rolls en sandwiches. In de groep 'Snack Break' worden panini's met verse tomaat, basilicum en mozzarella ondergebracht. De frituursnack wordt hier dus vervangen door een smakelijk en gezonder alternatief van deze tijd. In overleg met de school wordt in fasen het 'klassieke' kantine-assortiment omgezet naar een assortiment dat voldoet aan het predicaat 'de gezonde schoolkantine'. Hierbij kiest Breakpoint voor een realistische zienswijze en haalbare aanpak door een juiste balans te vinden tussen de verantwoorde producten van het heden en de minder verantwoorde producten van het verleden. Toepassing van de 'schijf van vijf' zijn bij de samenstelling van het assortiment bepalend.

Op dit moment is Breakpoint vertegenwoordigd op 23 locaties binnen het voortgezet onderwijs en de ROC's. Ons doel is om eind 2010 deze formule op 40 locaties gerealiseerd te hebben.

Compensatie CO² uitstoot van onze mailingen

Binnen de milieuaspecten van duurzaam ondernemen komt steeds meer aandacht voor compensatie van CO² uitstoot. De enorme diversiteit van onze activiteiten en de breedte van ons assortiment maken het bijzonder moeilijk een



concrete en Sligro Food Group-brede aanpak op dit gebied te realiseren. Op onderdelen zijn er wel degelijk mogelijkheden. Een voorbeeld hiervan is onze aansluiting bij het 'Planet Me' programma van TNT Post.

TNT Post heeft een ambitieus programma gestart om de komende jaren haar CO² uitstoot als gevolg van onder andere postbezorging drastisch te verminderen. Binnen het marketing-communicatiebeleid van onze groothandelsformule Sligro is er veel aandacht voor direct mail en daardoor zijn wij aanbieder van een grote poststroom bij TNT Post. Wij hebben ons postvolume en de postbestemmingen gekwantificeerd in CO² uitstoot en compenseren deze. Binnen haar 'Planet Me' programma waardeert TNT Post dit gebaar en verdubbelt onze investering. Dit komt tot uiting in CO² credits (gecertificeerde tonnen CO² die zijn geabsorbeerd of vermeden) en wordt geïnvesteerd in een door TNT geadopteerd windenergieproject in India. Onze CO² uitstoot in 2009 door postverzending via TNT Post in was 68,40 ton.

Keuze voor containertransport over water

De ligging van ons centraal distributiecentrum in Veghel maakt het mogelijk om gebruik te maken van containertransport over water. Via de Inland Terminal Veghel aan de Zuid-Willemsvaart, kunnen zeecontainers tot in Veghel komen. De laatste jaren hebben wij het containerwegtransport afgebouwd en inmiddels komen nagenoeg alle containers met onze importgoederen via de Inland Terminal Veghel binnen. Dit bespaarde in 2009 ruim 204.000 vrachtautokilometers tussen de Rotterdamse containerterminal en Veghel.

ndelijkste permarkten ! van Nederland



Buiten het economisch voordeel heeft dit een sterk positieve bijdrage aan het milieu en leidt het tot een vermindering van de druk op het wegennet. Wij verwachten dat deze wijze van containertransport naar Sligro Food Group in 2010 nog flink zal toenemen.

Sponsoring

Het centrale uitgangspunt is niet sponsoren om te sponsoren. Sponsoren is keuzes maken, bewuste keuzes. Sligro Food Group krijgt dagelijks vele verzoeken om een evenement, een vereniging, activiteit of goed doel te sponsoren. En hoe goed de doelstellingen van de organisatoren ook zijn, wij kunnen de meeste verzoeken niet honoreren. Daarom kiezen wij ervoor om een aantal sociaal-maatschappelijke op de mens gerichte activiteiten voor een langere periode te ondersteunen. Hiermee voorkomen we dat de beschikbare middelen versnipperen over veel en verschillende projecten.

Sponsoring is niet vrijblijvend, het hoort een wezenlijke bijdrage te leveren aan onze bedrijfs- en marketingdoelstellingen. Daarom zoeken we bij alle sponsorprojecten een nauwe samenwerking met de begunstigde of de organisatie van een evenement op basis van wederzijdse gelijkwaardigheid. Daardoor ontstaat een logische link tussen het gesponsorde en Sligro Food Group of een onderdeel daarvan en kan het relevante toegevoegde waarde leveren volgens het 'voor wat hoort wat' principe. Wij ondersteunen bij voorkeur projecten, activiteiten of evenementen in directe relatie tot

onze activiteiten in foodservice en foodretail. Sligro Food Group ondersteunt géén:

- Individuen.
- Feesten.
- Projecten met een religieus of politiek karakter.
- Studiereizen.
- Studentenverenigingen.
- Evenementen met vooraf bekende (voedsel)veiligheidsrisico's of met schadelijke gevolgen voor omgeving of milieu.
- Projecten waarbij de donatie een sluitpost op de begroting vormt.

Bij rampen maken wij onderscheid tussen een door de natuur veroorzaakte ramp (aardbeving, tsunami) of een die door het toedoen van de mens zelf veroorzaakt is (oorlog, opstand, c.q. onverantwoordelijk gedrag). Dat betekent dat wij in het eerste geval zullen beoordelen wat daarin onze rol en verantwoording is en dat wij in het tweede geval niet zullen ondersteunen.

Het goede doel

Ons beleid wordt niet bepaald door de waan van de dag of omdat anderen iets ook doen. Enerzijds zoeken wij doelen die passen bij de activiteiten of werkwijze van Sligro Food Group, anderzijds ondersteunen wij een aantal kleinere initiatieven die plaats- of onderdeelgebonden zijn. Onze activiteiten zijn echter zó breed en de relaties die op hun beurt óók een goed doel willen ondersteunen zijn zo talrijk, dat het niet mogelijk is daar telkens bij aan te sluiten. Bovendien schuilt hierin het gevaar van willekeur. Daarom hebben wij bewuste keuzes gemaakt.

Liliane Fonds

Onze intensieve samenwerking met het Liliane Fonds bestaat al jaren. Ooit zijn we gestart vanuit een gevoel dat wij als bedrijf ook iets wilden betekenen voor mensen met een 'kanschachterstand'. Wij waren op zoek naar een organisatie die transparantie en gerichtheid in hulp hoog in het vaandel had. Geen anonieme kolos, maar een organisatie van betrokken mensen. Wij wilden net even vérder gaan dan af en toe een geldbedrag overmaken, hoe belangrijk en onmisbaar dat ook is! De samenwerking met een hulporganisatie wilden wij ingebed hebben in onze organisatie. Wij vonden het belangrijk dat die samenwerking vervolgens zou gaan leven bij onze medewerkers  n onze klanten. Draagvlak en betrokkenheid creëren dus. In het Liliane Fonds hebben wij onze partner gevonden. Wij voelen ons thuis bij hun directe en persoonsgerichte aanpak en pakken bouwen gezamenlijk maatwerkprojecten. Zo sparen onze medewerkers en klanten al vele jaren voor het Liliane Fonds. Jaarlijks nemen wij artikelen op in ons kerstpakketten-assortiment, waarvan een deel van de omzet naar het Liliane Fonds gaat.

Ter gelegenheid van het afscheid van Abel Slippens in 2008 brachten wij, Sligro Food Group, de medewerkers en relaties, ruim   200.000 bijeen. Dit geld is geschonken aan het Liliane Fonds en door hen deels besteed aan een aantal kleinschalige projecten.

Gedurende onze jarenlange samenwerking met het Liliane Fonds groeide de behoefte om ook een groter en langduriger project te ondersteunen. Het Liliane Fonds heeft op basis van onze criteria een aansprekend project geselecteerd in Agoita, een dorp in het West-Afrikaanse Benin.

Met behulp van de door ons bijeengebrachte middelen is daar gestart met de bouw en ontwikkeling van een revalidatie- en herintegratiecentrum voor gehandicapte jongeren. Het uiteindelijke doel is dat dit voor de jongeren leidt tot een zinvol bestaan en sociale re-integratie. Als nevenresultaat krijgt het centrum op termijn ook een sociale en economische functie in de omgeving.

In 2009 heeft men voor het terrein van maar liefst 160 hectare de omheining gerealiseerd, is het eerste gebouw neergezet



en is er een tractor aangeschaft. De eerste pindaogst is binnen en er lopen al schapen. Begin 2010 zijn de bouwwerkzaamheden enige tijd stop gezet wegens onvoorziene klimatologische omstandigheden (hevige stortregens) en de ziekenhuisopname en operatie van de projectcoördinator Apollinaire Zohoun. Inmiddels, juli 2010, is de bouw weer in volle gang en zijn alle geplande gebouwen opgetrokken. Men bereikt binnenkort het laatste stadium van de bouw, het aanbrengen van het dak en de dakbedekking. Slaapzaal 1 en de parking zijn al bijna zover. Hier hoeven alleen nog de golfplaten aangebracht te worden.

Maar dit is slechts een begin, er moet nog heel veel gebeuren. Bijvoorbeeld het bouwen van de overige gebouwen, investeren in productiemiddelen voor landbouw, transportmiddelen en opleiding voor de medewerkers.

Alles bij elkaar is het een heel groot project wat we vanuit Sligro Food Group de komende jaren zullen blijven ondersteunen. De doelstelling is dat het volledig gerealiseerd wordt en in een latere fase zelfstandig door de mensen ter plaatse geëxploiteerd kan worden. Naast de noodzakelijke ondersteuning met geld zoeken we naar mogelijkheden om het project te ondersteunen met de specifieke kennis en materialen die wij hebben op het gebied van foodproductie, logistiek en detailhandel.

www.lilianefonds.org

**Liliane
Fonds**

Villa Pardoos

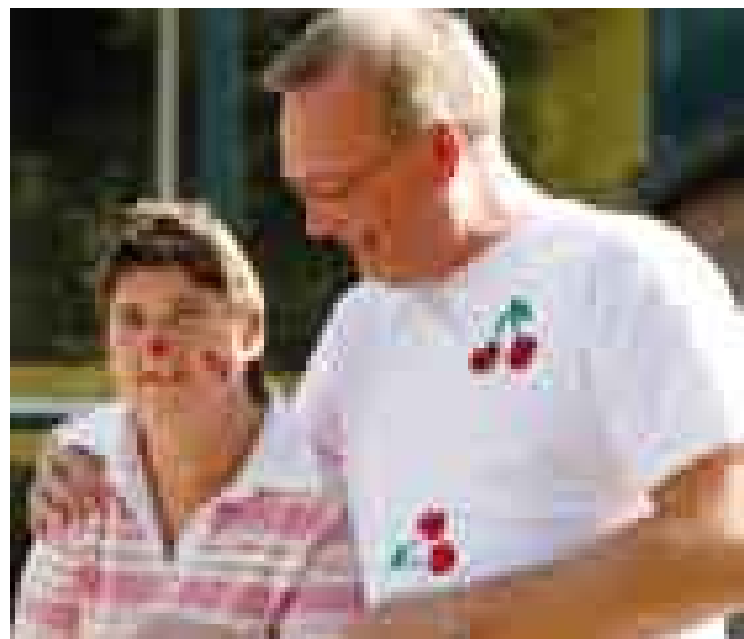
Omdat wij uitsluitend in Nederland actief zijn, willen wij ook een nationaal fonds ondersteunen. Wij hebben gekozen voor een samenwerking met Villa Pardoos, een speciaal vakantieverblijf voor kinderen met een levensbedreigende ziekte. Samen met hun familie kunnen zij hier genieten van een gratis vakantie in een van de acht thema-appartementen, waar alles is aangepast aan de beperkingen die de ziekte met zich meebrengt.

De keuze voor Villa Pardoos is gebaseerd op de nationale bekendheid, het onbesproken gedrag en het breed maatschappelijk draagvlak. De ondersteuning van Villa Pardoos koppelen wij aan activiteiten bij EMTÉ supermarkten, onze foodservice franchiseformule 'Plaza food for all' en met Sligro kerstpakketten.



Verwenzorg

Niet iedereen is in staat om zichzelf te verwennen. Grote groepen chronisch zieken, zoals zij die vanwege een psychiatrische stoornis in een psychiatrisch ziekenhuis verblijven, kunnen geen feestelijke initiatieven nemen, kunnen niet voor een geluksgevoel bij zichzelf zorgen en kunnen er niet zomaar op uit gaan om iets leuks te doen. Om zichzelf gelukkig te voelen zijn zij – meer dan niet-zieken – afhankelijk van anderen. Daarom is er Verwenzorg. Het lijkt iets nieuws, maar dat is het



niet. Zelfs in de 'Dikke Van Dale' heeft het woord 'Verwenzorg' zijn plaats gekregen en wordt het als volgt omschreven: 'Patiëntenzorg, met name zorg verleend aan chronisch zieken, die niet alleen gericht is op adequate medische verzorging, maar ook op verbetering van de kwaliteit van hun leven, onder meer door het schenken van persoonlijke aandacht.' Niet iedere zieke heeft (genoeg) familieleden of vrienden die ervoor zorgen dat hij of zij leuke dingen kan doen of zien. Zorgverleners en/of vrijwilligers, maar ook Van Hoeckel (ons bedrijfs onderdeel dat zich richt op de institutionele markt) en haar medewerkers, kunnen dit gemis met Verwenzorg compenseren. Verwenzorg is niet een sociaal imago kopen door het eenmalig schenken van een geldbedrag. Verwenzorgen is heel eenvoudig het aanbieden van de nodige extra's, waardoor een chronisch zieke een blij moment meemaakt en meer van het leven geniet. Verwenzorg is een gebakje bij de koffie, samen een wandeling maken, een praatje, in een bubbelbad, een bosje bloemen op de afdeling.

Van Hoeckel kiest er bewust voor om te verwenzorgen. Omdat Verwenzorg ten goede komt aan de mensen om wie het écht gaat in de zorg: de patiënten. Verwenzorg betekent voor Van Hoeckel niet alleen het bijdragen door middel van het leveren van producten voor projecten, maar ook én vooral het leveren van vrijwillige personele steun en het uitdragen van de boodschap. Op deze manier zijn wij ook direct betrokken bij het welzijn van de patiënten van onze klanten. Zodat ons werk vérder gaat dan het uitsluitend leveren van goederen en diensten aan onze klanten.



Kerstpakkettenactie 2009

Als grote leverancier van kerstpakketten signaleren wij de groeiende behoefte bij onze klanten om met de aankoop van hun kerstpakketten ook een goed doel te ondersteunen. Wij stimuleren dit en leveren ook hierin onze bijdrage. Sinds enkele jaren nemen wij artikelen op in ons kerstpakketten-assortiment, waarvan een deel van de omzet naar het Liliane Fonds en Villa Pardoës gaat. Samen met onze klanten realiseerden wij in de kerstpakkettenactie 2009 voor het Liliane Fonds en voor Villa Pardoës een bedrag van bijna € 60.000. Een andere manier om via het schenken van een kerstpakket een bijdrage te leveren aan duurzaamheid, is de keuze voor een kerstpakket wat bestaat uit fairtrade-producten. Wij hebben dat fairtrade-pakket in 2009 actief gepromoot. Deze activiteiten krijgen in 2010 een vervolg.



Aanpak, doelstellingen en borging





Onze aanpak voldeed als start van onze duurzaamheidsactiviteiten en zette een bewustwordingsproces in gang. Nu zijn wij toe aan een volgende fase waarin wij targets en doelstellingen formuleren, meten en toetsen. Wij blijven het belangrijk vinden om MVO daarbij 'in de genen' te houden en er geen trucje van te maken.

Dat vraagt een andere aanpak dan voorheen. Omdat er ook beleidsmatige en operationele keuzes gemaakt moeten worden, is er in 2009 een MVO Stuurgroep samengesteld met mensen die binnen Sligro Food Group eindverantwoordelijkheid op deelgebieden dragen, onder leiding van de directievoorzitter.

Nu zijn wij toe aan een volgende fase waarin wij targets en doelstellingen formuleren, meten en toetsen

De MVO Stuurgroep bestaat uit:

- Koen Slippens - Directievoorzitter, tevens voorzitter MVO Stuurgroep
- Johan Pardoel - Directeur foodretail
- Jeroen de Bree - Directeur personeel en organisatie
- Kees de Rooij - Directeur logistiek
- Rob van Herpen - Directeur inkoop
- Adrie Verlouw - Hoofd bouwzaken
- Ivan Huntjens - Hoofd kwaliteitsdienst
- Wilco Jansen - Hoofd interne en externe communicatie

De samenstelling van de MVO Stuurgroep is afgestemd op de MVO hoofdgebieden die wij voor Sligro Food Group geformuleerd hebben:

- Inkoop.
- Energie.
- Afval/milieu.
- Logistiek.
- Personeel.
- Voedselveiligheid.

Prioriteiten en doelstellingen

In juni 2010 is door de MVO Stuurgroep een onderwerpenkeuze gemaakt en zijn de prioriteiten vastgesteld. De hierna beschreven speerpuntprojecten hebben de eerste prioriteit gekregen en zijn de concrete onderwerpen waarmee wij aan de slag gaan. Met een aantal zijn wij inmiddels in de uitvoeringsfase, anderen worden op korte termijn opgestart.

Alle speerpuntprojecten zullen voor eind 2010 van concreet meetbare doelstellingen zijn voorzien.

Aansluiten bij BSCI

Sligro Food Group sluit zich per juni 2010 aan bij het BSCI, een non-profit organisatie die zich inzet voor eenduidige regelgeving en het monitoren van corporate social responsibility. Alle retail-, merk-, import- en tradingbedrijven die lid zijn van BSCI zetten zich in om werkomstandigheden in hun wereldwijde supply chain te verbeteren. De code of conduct van BSCI schrijft voor wat er van leveranciers wordt verwacht.

De code staat voor een ontwikkelingsgerichte aanpak en wordt door de leden indien nodig aangescherpt.

BSCI leden leggen vast dat ze met ten minste $\frac{2}{3}$ van hun inkoopvolume of leveranciers het verbetertraject in gaan en dit ook zullen laten monitoren door middel van audits. De eerste audit dient binnen drie jaar plaats te vinden, deze drie jaar gaan in vanaf het moment dat het bedrijf 6 maanden lid is. Na deze periode dient minimaal $\frac{1}{3}$ van de leveranciers in zo genoemde risico landen een voldoende als audit-resultaat te hebben. Na $5\frac{1}{2}$ jaar dient dit $\frac{2}{3}$ te zijn.

In de audits worden de volgende onderwerpen getoetst:

- Vrijheid van vereniging en het recht om gezamenlijk te onderhandelen over arbeidsvoorwaarden.
- Geen discriminatie.
- Kinderarbeid is verboden.
- Minimum loon en/of standaard loon geldend voor de industrie wordt betaald.
- Werkuren voldoen aan de nationale wet en overschrijden niet 48 uur regulier + 12 uur overwerk.
- Geen gedwongen werk en disciplinaire maatregelen.
- Werkomgeving is veilig en gezond.
- Het milieu wordt gerespecteerd.
- Sociaal beleid.
- Beleid om omkoping en corruptie tegen te gaan.

Diepvriesdagafdekking in onze supermarkten en zelfbedieningsgroothandels

Wij hebben zorgvuldig onderzocht en getest welke wijze van afdekken van diepvrieseilanden in onze supermarkten de optimale balans geeft tussen energiebesparing enerzijds en toegankelijkheid voor consumenten anderzijds. Daaruit bleek dat voor onze EMTÉ supermarkten een horizontale dagafdekking met schuifdeksels de beste oplossing is. Inmiddels zijn wij gestart met het aanbrengen hiervan en eind 2011 zullen alle EMTÉ supermarkten van dit systeem voorzien zijn. In onze zelfbedieningsgroothandels wordt de optimale balans bereikt met een ander systeem. De in vergelijking met supermarkten lagere omgevingstemperatuur van de ruimte waarin de vrieseilanden geplaatst zijn, in combinatie met een ander volume van de verkoopverpakkingen (groothandel!), vraagt een andere oplossing. Die is gevonden in de vorm van half gesloten diepvrieseilanden met heetgasontdooiing. In samenwerking met TNO is dit systeem getest en daaruit bleken dezelfde besparingsresultaten als in onze supermarkten. Eind 2011 zullen wij minimaal 15 zelfbedieningsgroothandels hiermee hebben uitgerust.



Start met video-/teleconferencing

Ons bedrijf heeft inmiddels een omvang en landelijke spreiding die het mogelijk maakt om technieken als video- en telefoonconferencing in te zetten. Dit bespaart reistijd en heeft daardoor een gunstig effect op de arbeidsproductiviteit. Daarnaast brengt het het aantal zakelijk te rijden kilometers terug, wat weer een gunstig effect heeft op de kosten van de zakelijk gereden kilometers en het milieu. Daarom starten wij met een test om hier ervaring mee op te doen.

Alle speerpuntprojecten zullen voor eind 2010 van concreet meetbare doelstellingen zijn voorzien

Implementatie nieuwe transporttechnieken

Er zijn diverse nieuwe technieken op de markt die enerzijds bijdragen aan een reductie van het aantal vervoersstromen en daarmee ook kilometers besparen en CO²-uitstoot beperken, en anderszijds de geluids(over)last kunnen reduceren. Sligro verplicht haar transporteurs hierin mee te gaan en deze, waar toegestaan, in te zetten.

Voorbeelden hiervan zijn het gebruik van de LZV (lange zware vrachtwagen) die op een beperkt aantal trajecten kan worden ingezet, afhankelijk van de benodigde overheidsvergunningen. Een dubbeldekker kan voor supermarkten worden ingezet en heeft een capaciteit van ruim 80 rolcontainers. Het is ons doel om meer LZV's vanuit het centrale DC in Veghel in te zetten en meer dubbeldekkers voor leveringen aan de supermarkten. Daarbij verplichten wij het gebruik van PIEK gecertificeerd materiaal. PIEK is een landelijk erkend keurmerk voor 'stille' voertuigen. Wij hopen dat de overheid zijn verantwoording neemt om het aantal trajecten waarop LZV's zijn toegestaan uit te breiden.

Alternatieve motoren en brandstoffen

De automobiel- en vrachtwagenbranche ontwikkelt steeds schonere en zuinigere motoren. Inmiddels zijn er, technisch



gezien, diverse mogelijkheden en wordt er ook nog volop geëxperimenteerd en doorontwikkeld. Sligro wil graag mee in deze ontwikkelingen en zet samen met haar transporteurs diverse proeven en pilots op. Afhankelijk van de resultaten van de proeven en de strategische duurzaamheidskeuzes van de overheid zullen wij beleidskeuzes voor de toekomst maken. Er zijn elektrische vrachtwagens op de markt; deze hebben nog een maar een beperkte grootte en een beperkte actieradius. Motoren van vrachtwagens kunnen gereed gemaakt worden voor bi-fuel of dualfuel technieken, waardoor LPG/aardgas/biogas kan worden toegevoegd. Daarnaast zijn er vrachtwagens die geheel op biogas kunnen rijden. Om hiermee ervaring op te doen, bereiden wij proeven voor met:

- Een elektrische vrachtauto van Sligro Bezorgservice Amsterdam.
- Dualfuel techniek in een vrachtauto van Sligro Bezorgservice Haps en het foodretail distributiecentrum in Putten.
- Biogas in een vrachtauto van Sligro Bezorgservice Haps.
- Een vrachtauto op aardgas van het centraal distributiecentrum in Veghel.



Werken aan een duurzame primaire sector

Sligro Food Group is zelf geen organisatie in een primaire sector, maar werkt wel nauw samen met verschillende leveranciers van primaire producten en maakt gebruik van primaire grondstoffen voor productie bij haar fresh partners. Sligro is dus mede verantwoordelijk voor de impact, die de primaire sector heeft op de mensen en de omgeving waarin zij opereert. Uitgangspunt is dat een product geen schadelijk effect heeft op de consument of zijn omgeving. Als het product bijvoorbeeld energie gebruikt, dan moet dat op een efficiënte wijze zijn. Wanneer een product aan het einde van zijn levensduur is, moet het mogelijk zijn om het te recyclen of de materialen die deel uitmaken van het product opnieuw

te gebruiken voor het maken van andere producten. Op dit moment werken wij aan de volgende projecten:

- Stimulering van gebruik van duurzame soja.
- Verduurzaming van het assortiment van chocolade-producten.
- Dierenwelzijn, inkoop van ongecastreerd varkensvlees.
- Bijdragen aan duurzame visserij.
- Actief binnen Task Force zout.
- FSC-certificering voor papier en hout.

Daar waar mogelijk sluiten wij aan op de duurzaamheidskalender van het CBL. Sligro Food Group is in dat kader actief betrokken en deelnemer in verschillende stuurgroepen.

Start project 'Eerlijk & Heerlijk'

Eerlijk & Heerlijk van Sligro Food Group is een duurzaam geproduceerde assortimentsselectie die is gebaseerd op de vier hoofdpijlers: biologisch, eerlijke handel, duurzaam en streekproduct. Het doel is om een zo breed mogelijke keuze in verantwoorde producten aan te kunnen bieden. Eerlijk & Heerlijk is een maatschappelijk verantwoorde keuze op product-niveau. Bij de verpakking van Eerlijk & Heerlijk producten wordt er gestreefd naar een zo duurzaam mogelijk alternatief. Eerlijk & Heerlijk is geen merk, maar een concept waarin algemeen aanvaarde en onafhankelijke keurmerken als bijvoorbeeld EKO, Fairtrade Max Havelaar, UTZ Rainforest of Rainforest Alliance een plaats krijgen.

Op pagina 39 in dit verslag leest u meer over het project en de werkwijze.

Proefproject warmteterugwinning

Met gebruikmaking van zogenaamde CO² koel/vriesinstallaties in onze grotere (type 3/4) zelfbedieningsgroothandels, lijkt het mogelijk te zijn om het gebouw te verwarmen met behulp van warmteterugwinning uit de koelinstallatie. Wij starten

hiermee een proef in twee fasen, in onze Sligro zelfbedienings-vestiging in Tilburg. De eerste fase is gerealiseerd eind 2010, de tweede eind 2011.

Energiebesparing in vries-distributiecentrum

Het energiegebruik in onze vries-distributiecentra heeft onze speciale aandacht, zowel vanuit het oogpunt van milieu-belasting als van het energieverbruik. Naast de gebruikelijke isolerende voorzieningen, heeft ook de wijze van koelen grote invloed op het energiegebruik en wij kunnen hier nog enkele besparende aanpassingen doorvoeren. In onze twee distributiecentra voor foodretail maken wij gebruik van zogenaamde 'indirecte' koeling. Eind 2011 zal dit omgebouwd zijn naar een systeem van 'directe' koeling, wat een energiebesparing levert van 15%.

Hoogfrequentverlichting in DC's

Wij zien mogelijkheden om in onze distributiecentra extra energie te besparen door gebruik te maken van een andere verlichtingstechniek. In minimaal 40.000 m² distributiecentrum plaatsen wij zogenaamde hoogfrequentverlichting.





In combinatie met bewegingsmelders en dimfunctie kunnen wij een energiebesparing van 20% realiseren. Eind 2011 zal dit gereed zijn.

Ondersteunen van vrijwilligersprojecten door Sligro Food Group medewerkers

Verschillende medewerkers van Sligro Food Group zijn in hun privéleven actief als vrijwilliger in projecten die sociaal-maatschappelijk van aard zijn. Hiermee bedoelen wij niet het lid zijn van een grotere organisatie, maar het zelf opzetten van of persoonlijk actief participeren in vrijwilligersprojecten. Dat kan zijn in hun directe leefomgeving maar ook ver daarbuiten. Wij willen deze private initiatieven stimuleren en ondersteunen. Hiertoe zullen wij in 2011 een stimuleringsfonds opzetten.

Voortgang en verslaggeving

De stuurgroepleden stellen zelf ieder afzonderlijk een werkgroep samen ten behoeve van de implementatie van de hiervoor genoemde projecten. Zij blijven echter wel verantwoordelijk voor de voortgang en verzorgen de terugkoppeling naar de MVO Stuurgroep. Leden van de voormalige MVO-commissie zullen bij voorkeur deel uitmaken van zo'n werkgroep. Zij hebben immers de specialistische kennis en ervaring op deelgebieden en met MVO.

Na het uitbrengen van een aantal jaarverslagen ervaren wij steeds meer dat het afleggen van verantwoording op het brede terrein van duurzaamheid niet per definitie gekoppeld hoeft te zijn aan een kalenderjaar. Duurzaamheidsprojecten zijn vaak van 'lange adem', jaaroverschrijdend en kennen geen boekjaar. Daarom hebben wij in 2010 nog één keer dit volledig verslag uitgebracht en daarna zullen wij regelmatig tussentijds verslag doen over de voortgang van onze activiteiten.

Dat zullen wij doen in leesbare, relatief korte gedrukte uitgaven en via onze corporate website www.sligrofoodgroup.nl. In ons financieel jaarverslag dat in februari verschijnt zal steeds in een specifiek hoofdstuk een MVO-rapportage worden opgenomen, zodat het jaaroverzicht niet ontbreekt.

Wij stellen uw mening op prijs. Wanneer u opmerkingen of vragen heeft over ons MVO en sociaal verslag, dan kunt u via het volgende e-mailadres contact met ons opnemen: mvo@sligro.nl.

Colofon en contactinformatie

Sligro Food Group Nederland B.V.
Postbus 47
5460 AA Veghel
telefoon: 0413 34 35 00
fax: 0413 36 30 10
e-mail: mvo@sligro.nl

Actuele informatie publiceren wij op onze website
www.sligrofoodgroup.nl

Tekst

MVO Stuurgroep Sligro Food Group

Fotografie

Alain Lemmens
William Opheij
StorytellingCompany bv

Vormgeving

Studio Sligro Food Group

Druk

Bek Grafische Producties, Veghel

Papier

Dit verslag is geproduceerd met FSC gecertificeerd papier

Oplage

1.000 exemplaren



