

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen



visie en verslag juni 2007

Corridor 11
Postbus 47
5460 AA Veghel
Telefoon (0413) 34 35 00
Telefax (0413) 36 30 10
E-mail info@sligrofoodgroup.nl
Internet www.sligrofoodgroup.nl

Inhoud

1. Voorwoord	3
2. Inleiding	5
3. Profiel Sligro Food Group	6
4. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen	9
5. Mensen	10
6. Maatschappij	25
7. Meerwaarde	33
8. Vooruitblik en borging	43



Maatschappelijk Verantwoord
Ondernemen is voor ons
niet zo maar een losse kreet
passend in een bepaald modieus
tijdsbeeld

1. Voorwoord

In dit document doen wij verslag van de wijze waarop Sligro Food Group maatschappelijk verantwoord onderneemt. Voor ons is Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen niet zo maar een losse kreet, passend in een bepaald modieus tijdsbeeld. Wij zijn ons al jarenlang bewust van de verantwoordelijkheid op dit terrein en op diverse wijzen is daarover in de loop van de jaren verslag gedaan, onder andere in ons financiële jaarverslag, het sociaal jaarverslag en diverse andere publicaties. Wij doen verslag over hoe wij in de samenleving staan, welke keuzes we maken en welke verantwoordelijkheid wij op ons nemen. Maatschappelijk Bewust en Verantwoord Ondernemen is een dynamisch proces als gevolg van de ontwikkeling van de samenleving. Jaarlijks zullen wij verslag doen van onze initiatieven en voortgang. Het hebben van een verslag is geen doel op zich. Wij hebben openheid en transparantie hoog in ons vaandel staan en verslag doen van de wijze waarop wij ondernemen past daar vanzelfsprekend in. Meer dan een star moreel keurslijf of een verantwoording achteraf, is dit een middel om de discussie met elkaar actief te voeren. Daarom nodigen wij u uit om zodra u een idee of een suggestie hebt, ons daarover te informeren.

Maatschappelijk
Verantwoord
Ondernemen is
een dynamisch
proces



2. Inleiding

Wij stellen ons ten doel een aantrekkelijke partner te zijn voor onze klanten, bijvoorbeeld door het bieden van adequate dienstverlening tegen een concurrerend prijsniveau. Wij zijn van mening dat deze strategie gepaard kan gaan met een aantrekkelijk rendement voor aandeelhouders en dat de groeistrategie tot ontplooiingsmogelijkheden voor onze medewerkers kan leiden. We bieden leveranciers de mogelijkheid om de afzet van producten te vergroten en nieuwe producten te introduceren, in een aantal gevallen in de vorm van een partnership. 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 –afspraken, investeringen in materieel en gebouwen nadrukkelijk rekening mee te houden.



3. Profiel Sligro Food Group

In Sligro Food Group zijn foodretail- en fondservicebedrijven actief, die zich direct en indirect richten op de totale Nederlandse markt van de etende en drinkende mens. Dit geschiedt volgens een multi-channelstrategie met verschillende verkoop- en distributievormen (zelfbediening en bezorging) en via verschillende distributiekkanalen.

Foodretail

Binnen foodretail bevindt Sligro Food Group zich in een transformatiefase.

- Prisma Food Retail B.V. zal eind 2007 circa 75 Golff full service supermarkten beleveren die geëxploiteerd worden door zelfstandige ondernemers.
- EM-TÉ Supermarkten B.V. zal eind 2007 in eigen beheer circa 80 full service supermarkten exploiteren, voornamelijk in Zuid- en Midden-Nederland.

Foodservice

- Sligro B.V. richt zich via zelfbediening en bezorging vanuit 43 grootschalige zelfbedieningsvestigingen en 10 bezorglocaties op horeca, grootverbruikers,

bedrijfsrestaurantieve afnemers en het midden- en kleinbedrijf.

- Inversco-Van Hoeckel richt zich op institutionele klanten in de zogenaamde non-profitmarkt (ziekenhuizen, verpleeg- en verzorgingshuizen, seniorenzorg), alsmede grootschalige horecaketens met dagverse, semi-verse, convenienceproducten en kruidenierswaren.

Met het oog op onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde voor de afnemers, wordt een deel van het versassortiment zelf geproduceerd. Koelvers / De Dis produceert op productielocaties in Eindhoven, Amsterdam en Ter Apel maaltijden en maaltijdcomponenten. SmitVis is een gespecialiseerd productiebedrijf in Veghel voor visverwerking en visverpakking. Maison Niels de Veye levert vanuit het productiebedrijf in Diemen hoogwaardige patisserieproducten. Inversco beschikt over een eigen vleesverwerkingsbedrijf en een groentecentrale. Deelnames in Slagerijen Kaldenberg, poeliersbedrijf M. Ruig en zonen en Verhoeven Bakkerijen completeren het geheel.



Medewerkers worden gestimuleerd om hun talenten te ontplooien en zich optimaal te ontwikkelen.

Circa 60.000 food-, semi-vers-, dagvers- en aan food gerelateerde non-foodartikelen zijn veelal permanent op voorraad, waardoor afnemers snel kunnen worden beleverd. In samenhang hiermee worden bovendien commerciële en bedrijfseconomische diensten geleverd, van complete franchise tot inrichtingsadviezen en opleidingsarrangementen.

Sligro Food Group heeft haar inkoop van foodretailproducten ondergebracht bij CIV Superunie B.A., die in de Nederlandse supermarktsector een marktaandeel van circa 27% vertegenwoordigt. Vanwege haar omvang 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 schaalgroottevoordelen. Gezamenlijke inkoop en het gezamenlijk gebruik van exclusieve merken, gecombineerd met een direct en gedetailleerd margemanagement, leiden tot toenemende brutomarges. 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 IT-systemen, door gezamenlijk vastgoedbeheer en

door concern management development. Medewerkers worden gestimuleerd om hun talenten te ontplooien en zich optimaal te ontwikkelen. Inspiratie, training en ontwikkeling van persoonlijke groei zijn hierbij sleutelbegrippen. Sligro Food Group streeft ernaar een constant en beheerst groeiende kwaliteitsonderneming te zijn in al haar activiteiten en voor al haar stakeholders.

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 bij investeringen in materieel en gebouwen daar nadrukkelijk rekening mee te houden. Sligro Food Group richt zich direct en indirect op de etende mens. Als basis wordt een zeer breed foodassortiment geleverd met daaraan gekoppeld een aan food gerelateerd non-foodassortiment. Als leverancier van levensmiddelen zijn wij ons volledig bewust van het belang van voedselveiligheid. Het voldoen aan externe kwaliteitsstandaarden wordt als vanzelfsprekend ervaren. Als één van de grootste spelers op de foodservicemarkt koopt de Groep voor dit onderdeel zelfstandig in. De Groep opereert in een zeer concurrerende omgeving waarin kostenstijgingen slechts in beperkte mate kunnen worden doorberekend in de verkoopprijzen. Wij richten ons erop de efficiency van de bedrijfsvoering continu te verbeteren onder meer door effectieve logistieke en communicatie- en informatiesystemen. Binnen de Sligro Food Groupbedrijven wordt intensief samengewerkt tussen de afzonderlijke bedrijfsactiviteiten om een zo hoog mogelijke interne synergie te bereiken. Realisatie van onze doelstellingen moet de basis vormen voor de zelfstandige positie in de markt, die Sligro Food Group op langere termijn wenst te behouden.

Over het jaar 2006 is een omzet gerealiseerd van € 1.546 miljoen met een nettowinst van bijna € 51 miljoen. Het gemiddeld aantal personeelsleden op fulltimebasis bedroeg ruim 3.500.



4. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

In onze visie op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen onderscheiden we drie deelgebieden:

- Mensen
- Maatschappij
- Meerwaarde

Vanuit deze deelgebieden beschrijven wij in dit document hoe we met medewerkers en hun gezin, klanten en partners omgaan, de wijze waarop wij in de omgeving staan (milieu, veiligheid en samenleving) en uiteraard de wijze waarop wij werken aan toenemende winstgevendheid en continuïteit. Dit laatste vinden wij een primaire verantwoordelijkheid, immers zonder een financieel gezond bedrijf kan er helemaal geen sprake zijn van 'ondernemerschap' laat staan Maatschappelijk Bewust en Verantwoord Ondernemerschap.

Van rationeel moeten naar emotioneel willen

Wij zijn ons jarenlang bewust van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid en op tal van manieren hebben we daarover de afgelopen jaren verslag gedaan. Binnen De Groep is maatschappelijk bewust en verantwoord ondernemen dan ook geen kwestie van 'rationeel moeten'. Wij streven wij al jarenlang naar duurzame relaties met zowel medewerkers als klanten, partners en leveranciers. Vanuit de overtuiging dat hun inzet en betrokkenheid de basis vormt van de kracht van Sligro Food Group. Onze kwalitatief hoogstaande producten en diensten vormen daar slechts een afgeleide van.

Wij zien Maatschappelijk
Verantwoord
Ondernemen als een
bewuste manier
van samenwerken

Wij zijn er van overtuigd dat duurzame relaties de kwaliteit van samenwerken verhoogt, vertrouwen geeft en een prettige wijze van samenwerken is. Niet alleen levert deze samenwerking het hoogste rendement op maar het geeft ook de juiste basis voor continuïteit. Vandaar dat wij maatschappelijk verantwoord ondernemen zien als een bewuste manier van samenwerken. Een gezonde en duurzame werkwijze gebaseerd op 'emotioneel willen'.

5. Mensen

Het succes van Sligro Food Group wordt gevormd door de inzet en betrokkenheid van duizenden mensen. Medewerkers en hun gezinnen, oud-medewerkers, klanten, relaties en partners. Dankzij onze continue dialoog met hen kunnen wij inspelen op ontwikkelingen die actueel zijn of actueel gaan worden. Daarom is onze organisatie voortdurend in beweging, past ze zich voortdurend aan en zijn we continu op zoek naar zaken die we kunnen verbeteren. Want alleen op die manier kunnen wij alles net iets beter doen dan anderen. En blijven we succesvol.

De komende jaren voorziet Sligro Food Group een forse toename van de werk-gelegenheid

Werkgelegenheid

Sligro Food Group streeft er gericht naar om een goede en betrouwbare werkgever te zijn. Dat betekent uiteraard dat continuïteit ook vertaald wordt in langdurige werkrelaties. Sligro Food Group werkt zo veel als mogelijk is met eigen vaste medewerkers op alle niveaus. Dat betekent dat wij slechts beperkt gebruik maken van uitzendkrachten en van externe consultants of andere deskundigen. Door die kennis juist zelf op te bouwen ontstaan er op alle niveaus in de organisatie boeiende uitdagingen.

Sligro Food Group is een lastige en veeleisende werkgever. Dat moet ook want onze klanten vragen uiteraard het maximale van ons. Zaken zijn strak geregeld en afspraak is afspraak.. Juist door de kaders zeer strak neer te zetten is het mogelijk te bewegen binnen die kaders. Wij tonen ons daarmee een betrouwbare werkgever, men weet waar men aan toe is en kan rekenen op de betrokkenheid van de werkgever zolang die eigen betrokkenheid en verantwoordelijkheid ook aanwezig is. Binnen die vertrouwensband is ondernemerschap tot op het laagste niveau binnen de organisatie mogelijk.

De omzetgroei van Sligro Food Group betekent altijd direct ook een groei aan aantallen medewerkers. Ook voor de komende jaren voorziet Sligro Food Group in een forse toename van de werkgelegenheid. De samenstelling van het totale bestand zal wijzigen, want in supermarkten werken meer vrouwen en jongeren dan dat het geval is in foodservice. Daarmee zal bij de verdere ontwikkeling van het P&O-beleid rekening gehouden worden.



costleadership, kwaliteitsverbetering, structuur en commitment zijn in onze visie essentieel voor de vitaliteit, concurrentiekracht en wendbaarheid van Sligro en vormen daarom de speerpunten van het opleidingsbeleid. De ontwikkeling van het vakmanschap van de medewerker is daarbij het uitgangspunt. Met de groei van onze organisatie is en blijft het noodzakelijk om het vormgeven van en aan het vakmanschap te waarborgen. Daarom brengen we continu de opleidingsbehoeften in kaart en worden de leerdoelen strak omschreven opgesteld en getoetst. Wij zien professionaliseren als een nieuwe manier van investeren, van investeren in menselijk kapitaal. Een nieuwe manier van kijken naar de ontwikkeling van mensen en een nieuwe manier van trainen. In 2006 volgden maar liefst 1650 medewerkers minimaal één opleiding en boden wij 470 stagiaires van reguliere onderwijsinstellingen een begeleide stageplaats.



Opleiding en training

Wij zijn ervan overtuigd dat de motivatie van onze medewerkers van strategisch belang is voor de ontwikkeling van hun persoonlijke kennis en ontwikkeling. Wij stimuleren hen het beste uit zichzelf te halen en hun werkkraft en deskundigheid in dienst te stellen van het bedrijf. Eigen initiatief, persoonlijke verantwoordelijkheid en ondernemerschap stimuleren we dan ook van harte. De kennis en vaardigheden van de medewerkers zijn van vitaal belang. Want de overtuiging waarmee mensen werken, hun houding en gedrag, hun bezieling en inspiratie maken het verschil. Boeien en binden,

Wij zien
professionaliseren
als een nieuwe
manier van
investeren

Verskillende bedrijfsculturen in één organisatie

Sligro Food Group is een snelgroeïende organisatie. In 1998 bedroeg het aantal medewerkers nog zo'n 1.500, in 2006 was dat ruim 5000, waarvan ongeveer 3.500 fulltime en in 2007 groeien wij door naar ruim 7.000 medewerkers. Een belangrijk deel van deze groei is door overnames ontstaan. Daardoor zijn er in de loop der tijd verschillende bedrijfsculturen in één organisatie samengevoegd. Met de groei neemt ook de behoefte aan structuur en kaders toe. Niet alleen met betrekking tot eenduidige werkwijze en beloning, maar ook ten behoeve van het beheersbaar en controleerbaar houden van de organisatie. De klant stelt immers hoge eisen aan Sligro en daar reageren en anticiperen we voortdurend op. Dat vraagt om een grondige en professionele aanpak. Professionaliteit betekent in dit geval kiezen voor een verbetertraject door medewerkers te laten groeien in de uitoefening van hun vak. Dat is niet alleen een kwestie van opleiden en trainen maar ook borgen, coachen, kaders aanreiken en waar nodig zaken anders organiseren.

Persoonlijk betrokken

Professionaliteit betekent ook oog hebben voor de medewerker als mens. Wij vinden het belangrijk dat onze medewerkers goed in hun vel zitten omdat ze dan beter presteren. Het persoonlijke succes van medewerkers bepaalt immers voor een groot deel het succes van de groep. Omdat ons personeel uit zoveel verschillende mensen bestaat met een even grote diversiteit aan afkomst en religieuze overtuiging, is het niet meer dan logisch dan dat we daar actief rekening mee houden. Daarom verdiepen we ons altijd in de leefwijze en cultuur van onze (toekomstige) medewerkers en brengen we integratie op gang door middel van activiteiten vanuit MCSS - de Multi Culturele Sligro Samenleving, een initiatief dat tien jaar geleden is ontstaan. Oog hebben voor onze medewerkers betekent ook het creëren van een goede en plezierige binding met het thuisfront. Als partners en kinderen weten waar onze medewerkers zich dagelijks mee bezighouden en waar wij als Sligro Food Group voor staan, ontstaat er een wederzijds begrip en vertrouwen. Dat streven we na door middel van de activiteiten van de personeelsvereniging en onze personeelsbladen Sligroscoop en Slim. Sligroscoop wordt vier keer per jaar naar de thuisadressen gestuurd en bevat naast werkgerelateerde artikelen ook infotainment zoals kinderen van medewerkers die Sligro-kopstukken interviewen en interviews met oud-medewerkers en hun opvolgers. Sinds januari 2007 sturen we het informatiebulletin slim! met de salarisstroken mee. slim! bevat naast allerlei Sligro Food Group wetenswaardigheden duidelijke informatie over opleiding en ontwikkeling, personeel en organisatie en nieuws van de Ondernemingsraad.

Deskundig vakmanschap, inspirerend ondernemerschap en klantvriendelijk gastheerschap.

Van het Edah-gevoel naar EM-TÉ-trots

En op termijn Sligro Food Group trots. In 2006 participeerde Sligro Food Group samen met Sperwer Holding in S&S Winkels, die de 223 eigen Edah supermarkten van Laurus verwierf. Hierdoor wordt Sligro Food Group met circa 80 supermarktvestigingspunten uitgebreid. Gezien het feit dat Edah al enige tijd 'in de etalage' had gestaan, zagen wij het als onze primaire verantwoordelijkheid onze 'nieuwe' medewerkers een concreet en snel resultaat te bieden. Het probleem van Edah was immers de formule, niet de mensen binnen de organisatie. Daarom hebben we bewust gekozen voor een strategie van doorpakken met betrekking tot het verbouwen van de vestigingen en het opleiden van de medewerkers. Omdat Edah als softdiscounter geen versafdelingen kende en

het klantgerichtheidsconcept wezenlijk anders was dan dat van EM-TÉ, werden er ten aanzien van de integratie strakke en gedetailleerde draaiboeken en functieprofielen opgesteld. Deze werden tijdens de wekelijks introductieavonden en opleidings- en inwerkdagen uitvoerig besproken en getraind. Nu we inmiddels meer dan 50 winkels naar EM-TÉ hebben omgebouwd en het integratietraject in volle gang is, mogen we stellen dat ook dit traject succesvol zal verlopen. De mensen hebben weer plezier in hun werk en er is zelfs al sprake van een zekere EM-TÉ-trots. Door het stimuleren van eigen initiatief en persoonlijke verantwoordelijkheid hebben wij onze 'nieuwe' collega's laten zien hoe waardevol hun bijdrage in het totaal is. Een bijdrage die bestaat uit deskundig vakmanschap, inspirerend ondernemerschap en klantvriendelijk gastheerschap.





Medewerkertevredenheidsonderzoek

Elke twee jaar wordt er onder alle Sligro Food Group medewerkers een grote enquête gehouden, met als doel het meten van de tevredenheid. De gegevens die uit deze enquête voortkomen geven inzicht in de mate van tevredenheid onder de medewerkers. Door de frequentie van twee jaar is het bovendien mogelijk inzicht te krijgen in de ontwikkeling van tevredenheid, zowel in zijn geheel als binnen specifieke bedrijfsonderdelen of afdelingen. De volledige resultaten worden gepresenteerd aan de directie en de ondernemingsraad, deelresultaten aan de betreffende managementteams en een samenvatting aan alle medewerkers. De resultaten zijn richtinggevend in het te vormen beleid en speerpunten van het bedrijf of onderdelen daarvan.

Voor de uitvoering van het onderzoek hebben wij het bedrijf 'Effectory' in de arm genomen, een gerenommeerd onderzoeksbureau wat gespecialiseerd is in het houden van dergelijke onderzoeken. Effectory is bovendien in staat onze scores te benchmarken met de wereld buiten Sligro. Meer informatie over Effectory is te vinden op www.effectory.nl

Gezondheidsbeleid

Ter ondersteuning van het 'gezonder blijven' wordt aan medewerkers diverse zaken aangeboden waaronder de jaarlijkse griepspuit. Op locatie wordt aan medewerkers de mogelijkheid geboden een griepspuit te krijgen op kosten van Sligro Food Group. We werken daarbij samen met onze verzekeraar waarbij onze collectiviteit is geregeld. In de communicatie daarover lichten we allereerst mensen voor over gezond leefgedrag ter voorkoming van het krijgen van griep en wat de gevolgen kunnen zijn van echte fikse griep. Daarnaast bieden wij dus geheel vrijblijvend de mogelijkheid aan een griepspuit te krijgen. De extra aandacht levert in ieder geval op dat men zich wat meer bewust is van algemeen gezond gedrag en het aanbieden van de griepspuit wordt beleefd als een extraatje. We verplichten uiteraard niemand maar degene die vanwege hun gezondheid toch al geadviseerd wordt een griepspuit te halen bieden wij de service dat op het werk te laten doen. Dat scheelt in ieder geval een gang naar de dokter en dat wordt alom gewaardeerd.

Stoppen met roken of te veel eten

Binnen de gehele organisatie geldt uiteraard een rookverbod overigens al lang voordat het wettelijk verplicht werd. Daarnaast houden wij rekening met diegene die toch af en toe willen roken en bouwen daar afzonderlijke ruimten voor. Zonder dat we daarin sterk moralistisch in zijn, een ieder is verantwoordelijk voor zijn eigen totale gezonde gedrag, ondersteunen wij wel mensen die zeggen te willen stoppen met roken. Kosten van accupunctuur, laserbehandeling of andere min of meer beproefde methoden worden door Sligro vergoed en niet zelden gaan we 'weddenschappen' met medewerkers aan waardoor zij een bonus kunnen verdienen als zij langdurig gestopt zijn met roken. Gezondheidsgedrag van medewerkers is en blijft een individuele keuze en als werkgever is het niet mogelijk een universeel gezond gedrag te verkondigen. Wij stimuleren wel graag de keuzes die mensen die daar zelf in willen maken en dan kan dat net het steuntje in de rug zijn die mensen helpen hun eigen

doelstellingen op dat gebied te realiseren. Eenzelfde soort beleid kennen wij voor hen die leiden aan overgewicht. Medische ondersteuning, ondersteuning door een psycholoog of diëtist is allemaal mogelijk. Het gaat allereerst om de keuzes die mensen zelf maken en wij willen hen daar graag in ondersteunen. Vaak wordt er een spelelement aan toegevoegd in de vorm van een competitie of weddenschap. Het gaat er wat dat betreft ook om het vooral 'leuk' te houden en niet te moraliseren. Door er regelmatig over te communiceren en juist ook die leuke kanten te benoemen merken wij dat gezondheidsgedrag in meer algemene zin gespreksonderwerp wordt. Dat is ook het belangrijkste wat wij nastreven, bewustwording en vanuit die bewustwording mensen individuele keuzes laten maken.

Ziekteverzuim

Ziek zijn kan iedereen overkomen. Gelukkig zijn de meesten weer snel op de been, maar lastiger wordt het als het ziek zijn regelmatig voorkomt of langdurig wordt. Naast het feit dat het vervelend is voor de zieke persoon in kwestie, heeft het ook consequenties voor het werk en de directe collega's. Het werk gaat immers gewoon door. Het terugdringen van ziekteverzuim is dan ook een gezamenlijk belang van werknemer en werkgever. De Wet Verbetering Poortwachter, die sinds 1 april 2002 van kracht is geworden, onderschrijft dit. Zowel de medewerker als Sligro Food Group zullen zich moeten inspannen om in overleg met elkaar te zoeken naar oplossingen, waarbij het werk weer zo spoedig mogelijk geheel of gedeeltelijk, eventueel in aangepaste vorm, hervat kan worden. Hierin heeft ook de medewerker een actieve rol. De eisen die daarbij gesteld worden zijn steeds minder vrijblijvend. Zowel Sligro Food Group als de medewerker dienen voldoende reïntegratie-inspanningen te hebben verricht. Wij sloten 2006 af met een ziekteverzuimpercentage van exact 3,8 waarmee we op het nippertje onze eigen doelstelling haalden. Voor 2007 hebben wij in overleg met de Ondernemingsraad de norm aangescherpt naar 3,5%. Ondanks

dat we in 2006 erg hard hebben moeten werken om 3,8% te halen, achten wij dit een haalbaar percentage. Zéker wanneer we wat zorgvuldiger naar het gerealiseerde ziekteverzuimpercentage van enkele specifieke bedrijfsonderdelen kijken en naar landelijke ontwikkelingen. Wij spiegelen ons graag aan de beste!

Herstelbegeleiding (WIA)

Met het bureau voor Professionalisering dat ook mede met ons de training voor onze logistieke medewerkers heeft ontwikkeld, hebben we een vervolg opgezet om medewerkers die geblesseerd dreigen te raken extra te begeleiden. Juist door gebruik te maken van hetgeen mensen al geleerd hebben tijdens de opleiding kan er een gerichte en daar op aansluitende extra training worden opgesteld. Dit gebeurt altijd in samenspraak met de bedrijfsarts, een trainer van het bureau voor professionaliseren en de

Wij spiegelen
ons graag
aan de beste!

individuele coach van Sligro Food Group. Ook onze ziektekostenverzekeraar vindt deze aanpak zo zinvol en de resultaten zo goed dat zij een deel van de kosten voor hun rekening nemen. Door deze herstelbegeleiding vroegtijdig te laten plaatsvinden op de werkplek, is er nauwelijks sprake van arbeidsverzuim en wordt langdurig thuiszitten voorkomen. Inmiddels worden er meer zorgarrangementen ontwikkeld in samenspraak met de ziektekostenverzekeraar die op een zelfde leest geschoeid zijn en de mogelijkheid moeten bieden zonder wachttijden, adequate hulp te regelen voor medewerkers. Dit varieert van vervoer tot aan maatschappelijk werk, van fysiotherapie tot aan psychologische hulp maar kan ook bestaan uit simpele huishoudelijke hulp.

Regeling 'Gezond zijn, gezond blijven'

Ziekteverzuimgedrag is een belangrijk aandachtspunt binnen Sligro Food Group. Ziek zijn overkomt je, maar thuis blijven is een keuze. Lang niet altijd is het namelijk zo dat als je ziek bent je ook arbeidsverzuim moet hebben. Dat uitgangspunt hanteren we bij onze trainingen naar leidinggevenden. Vanuit het principe 'er is altijd wel vervangend werk' dat iemand kan doen wordt daarom met de zieke medewerkers overlegd welke werkzaamheden ze in ieder geval tijdelijk zouden kunnen doen. Medewerkers die ziek zijn direct koppelen aan thuis blijven, hebben een motivatieprobleem zo is onze stelling. Daarnaast willen wij graag medewerkers die er altijd zijn belonen. Dat gebeurt door ieder kwartaal een groot aantal prijzen te verloten die niet ziek zijn geweest en er dus altijd waren. Door het hele jaar niet ziek te zijn ontvangt men een aantal aandelen extra in het kader van de winstdelingsregeling. Ook daarvoor geldt dat wij graag die mensen die er altijd waren, graag willen belonen. Maandelijks worden verzuimcijfers gepubliceerd en ze maken ook deel uit van de bonusdragende targets van de verantwoordelijke leidinggevenden. Uiteraard leidt dit binnen de organisatie regelmatig tot discussies. Juist dat is ook de bedoeling. Immers we willen graag laten zien wat wij allemaal extra doen voor medewerkers die ziek worden, welke extra ondersteuning wij willen bieden. Wij straffen daarmee helemaal niemand. Wel willen wij hen die er altijd zijn belonen.

Defibrillator

In 2006 hebben we voor onze locaties in Veghel waar veel mensen werkzaam zijn, een aantal defibrillators aangeschaft en op vaste, breed toegankelijk plaatsen gemonteerd. Onze bedrijfshulpverleners zijn getraind in het gebruik van deze apparatuur. Door te investeren in een stukje techniek en opleiding van onze mensen, verhogen wij de overlevingskansen van een persoon bij acute hartstilstand aanzienlijk.

Vakantiewerk, aanpak

Geheel binnen de Sligro Food Group traditie worden vakantiewerkers geheel in eigen beheer geworven en aangenomen voor de zomerperiode. Wij zijn voor de continuïteit zeer afhankelijk van deze groep medewerkers. Immers de omzet loopt gewoon door maar onze vaste medewerkers willen ook graag vakantie hebben.

Vroeg in het jaar worden de goede vakantiewerkers van het jaar daarvoor al aangeschreven en geënthousiasmeerd voor weer een aantal weken vakantiewerk. Ouderavonden worden georganiseerd om de ouders en verzorgers een indruk te geven van de goede aandacht die wij hebben voor de veiligheid van hun zoon en dochter. Wij sturen iedereen persoonlijk aan een ansichtkaart met een wekker moet ze er aan helpen herinneren dat ze de eerste dag op tijd hun bed uitkomen. Tot slot wordt er ook nog een bedankje gestuurd na afloop van de vakantieperiode en onder de beste werkers wordt een aantal weekenden Disneyland Parijs verloot. Al met al lukt het ons al jaren om in deze moeilijke periode toch tot een goede bezetting te komen met gemotiveerde hardwerkende vakantiewerkers die vaak vier vijf jaar achter elkaar hun vakantiewerk bij Sligro Food Group verrichten.



Huishoudelijk reglement

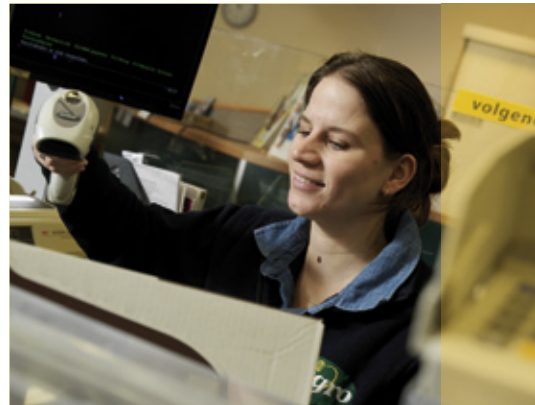
Binnen onze maatschappelijke verantwoordelijkheid werken wij niet alleen binnen de kaders van de geldende wetten en regels en de Corporate Governance Code, maar houden wij bovendien rekening met maatschappelijk gangbare normen en waarden. Onze normen en waarden hebben wij neergelegd in een huishoudelijk reglement, gedragsregels die van toepassing zijn op alle medewerkers.

Corporate Governance en gedragscode

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.

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 worden strikt vertrouwelijk behandeld en zo spoedig mogelijk onderzocht.

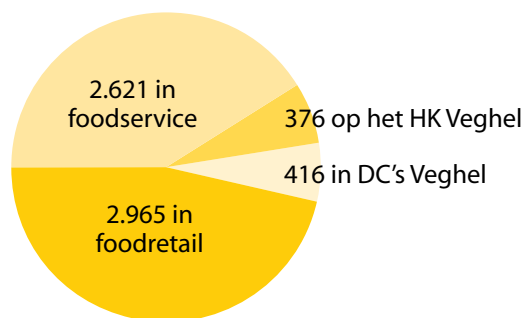
De gedragscode is vastgesteld door de Directie van Sligro Food Group N.V. op 25 januari 2005 en goedgekeurd door de raad van commissarissen van Sligro Food Group N.V. op 25 januari 2005. De volledige gedragscode is gepubliceerd op de website van Sligro Food Group N.V.: www.sligrofoodgroup.nl, onder corporate governance.



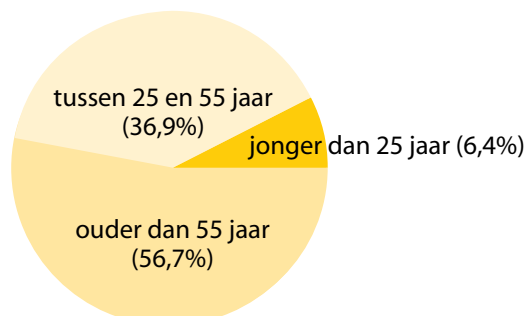
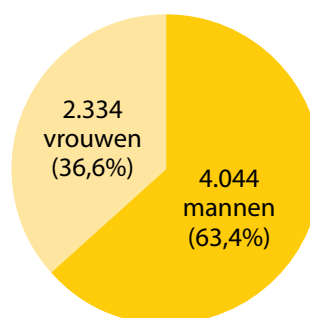
Personele kengetallen

Eind 2006 waren er 6.378 medewerkers in dienst bij Sligro Food Group.

Zij waren als volgt onderverdeeld:



Deze groep bestond uit:



De 'Extreme Make-over' van Sligro/VEN Den Haag Forepark

'Ook alle neuzen gaan dezelfde kant op. Fantastisch!'

Het is september 2005. De voormalige VEN-vestiging in het Haagse Forepark was het paradepaardje van VEN. En als het aan vestigingsdirecteur Wim van Wijk (47) ligt, wordt de nieuwe Sligro/VEN Forepark-vestiging met 13.000 m2 ook hét paradepaardje onder alle Sligro/VEN-vestigingen. Maar daarvoor is meer nodig dan alleen een groter pand, nieuwe stellingen en een prachtige proeftuin. Het succes van Forepark wordt mede bepaald door het enthousiasme en de betrokkenheid van de medewerkers. En dat hangt weer nauw samen met de wijze waarop het integratieproces verloopt. Een opdracht waar Wim zijn hand niet voor omdraait: 'Ik heb de mooiste job van heel Sligro!'

Geen ivoren torentjes

Binnen Sligro staat Wim bekend om zijn 'Herman den Blijker'-achtige manier van doen. Een opvatting waar hij lachend z'n schouders over ophaalt: 'De enige overeenkomst is dat Den Blijker en ik allebei mensen coachen bij het leren van een andere manier van werken. Maar het grote verschil is dat Den Blijker weer

vertrekt als de tent eenmaal draait en ik doe dat niet. Ik blijf. Bovendien zijn onze stijlen nogal verschillend. Ik ben ook wel recht voor z'n raap maar ik ga denk ik toch iets anders met mensen om. Mijn bedoeling bij de integratie VEN-Sligro is om vooral de voormalige VEN-medewerkers te laten zien wat de Sligro-visie precies inhoudt. Dat het niet zomaar een groothandel is, maar dat daar heel veel werk en een visie achter zit. De klant staat bij ons centraal en bij Sligro benaderen we klanten gewoon net even anders dan bij VEN.' Om zijn medewerkers dat duidelijk te maken is Wim het liefst de hele dag door in de vestiging te vinden. 'Ik geloof niet in ivoren torentjes. Mensen motiveren vanachter je bureau werkt niet. Onze kracht ligt op de werkvloer, en dat wil ik mijn mensen laten zien. Dus neem ik ze mee op sleeptouw, vraag hen actief mee te denken en geef ze het goede voorbeeld. Bovendien is het een uitgelezen kans om hen goed te leren kennen. Als ik weet dat iemand in z'n vrije tijd de F-jes coacht, zal ik hem niet zo snel vragen om op een zaterdagochtend even bij te springen bijvoorbeeld.'



‘Het is een kwestie van service’

‘De formule is goed, maar de mensen moeten het wel dragen. Daarom maak ik hen graag bewust van wat we hier doen, waarom we het op die manier doen en wat hun bijdrage in dat proces is. Die resultaatgerichtheid zie je nu overal terug, want de mensen worden steeds meer klanten- én kostenbewust en de productiviteit gaat omhoog. Eigen verantwoordelijkheid is gewoon heel belangrijk. Als iemand ziek is bijvoorbeeld, bel ik meteen even op. Kijken hoe het gaat en wat er aan de hand is. En ik hang altijd op met de woorden Tot morgen!’ Dat zijn directe aanpak succesvol is blijkt ook uit de verzuimcijfers, want die zijn minimaal. ‘De truc zit ‘m in mensen leren nadenken. Over de functie en uitstraling van displays bijvoorbeeld en het eenvoudige maar o zo effectieve ‘Welkom bij de mooiste groothandel van Nederland, fijn dat u er bent’ bij de receptie. Het zijn kleine dingen, maar ze hebben wel een enorme impact op de klant. Want de euro’s kunnen ze ook bij een ander uitgeven, toch? Het is een kwestie van service en klantgerichtheid. En dat gaat veel verder dan alleen maar een

vriendelijk woordje tot de klant. Het gaat om de uitstraling van de medewerkers zelf, het gaat over hoe schoon de toiletten zijn, het gaat over de uitstraling van de winkel, van de versafdelingen. Het gaat over de klanten even assisteren bij het inladen van hun auto’s. Het gaat erom voor hen net even wat harder te lopen. Dat soort typische Sligro-dingen dus. Want de klanten zijn het beleg op onze boterham!’

‘Met ‘n lekker kopje koffie erbij is het ijs sneller gebroken’

Wim volgt de richtlijnen die Koen en Abel Slippens uitzetten maar geeft daar wel een eigen draai aan. ‘Ik ben nou eenmaal eigenwijs. Het is dan ook prettig dat ze me alle vrijheid geven. Dat is het mooie aan mijn werk.’ Oprechte aandacht en waardering zijn volgens hem enorm belangrijk bij integratieprocessen. ‘Even bijpraten met medewerkers gaat altijd gemakkelijker als je aan dezelfde tafel zit. En met ‘n lekker kopje koffie erbij is het ijs ook sneller gebroken. Dan weet je snel waar er eventuele knelpunten liggen en hoe je die kunt oplossen.’ De medewerkers weten inmiddels wat ze aan Wim hebben. ‘Er is weer rust in de tent,’ vertelt hij. ‘De mensen weten waar de verantwoordelijkheden liggen en wie van het management welke taken heeft. Op dit moment heb ik meer een coachende rol en zet ik de grote lijnen uit. De uitdaging zit ‘m dan ook in het samenvoegen van allerlei culturen: de integratie van VEN met Sligro aan de ene kant en het samenvoegen van productie, bezorgservice en ZB aan de andere kant. Tegelijkertijd ben ik voortdurend op zoek naar de juiste mensen op de juiste plek. Want de vakmensen moeten ook nog eens entertainer zijn. Dat kan soms betekenen dat iemand die voorheen op de koelafdeling werkzaam was ineens het gezicht van een versafdeling wordt. En met succes! Kijk, daar geniet ik van. Wat dat betreft heb ik de mooiste job van heel Sligro!’

Inspraak van medewerkers, medezeggenschap

Sligro Food Group werkt met één Ondernemingsraad voor de totale organisatie. Hierdoor is het mogelijk een goed inzicht te geven in de consequenties van allerlei besluiten voor en binnen de groep. Dit totaalinzicht draagt bij aan een constructief en daadwerkelijk overleg. Wij prijzen ons gelukkig met een Ondernemingsraad die voortdurend denkt aan de noodzakelijke zorgvuldigheid en tegelijkertijd belang hecht aan snelheid en continuïteit. Op dit moment bestaat de Ondernemingsraad uit 21 personen en vertegenwoordigt, met uitzondering van Inversco, alle bedrijfsactiviteiten binnen Sligro Food Group. Na de overname heeft Inversco haar eigen OR behouden. Deze blijft zelfstandig functioneren totdat het proces van harmonisatie van arbeidsvoorwaarden is afgerond. Daarna wordt de medezeggenschap ondergebracht in de OR van Sligro Food Group.

Vitaliteit en veiligheid

Gezondheid en vitaliteit hebben wij hoog in ons vaandel. Vandaar dat we sinds december 2006 de prijzen van de 'vette' snacks in de bedrijfskantine hebben verhoogd en de prijzen van salades en zuiveldesserts aantrekkelijker hebben gemaakt. Met fruit en melk gaan wij nog verder. Dat bieden wij in onze bedrijfskantines gratis aan.

Al tientallen jaren vóórdat de overheid bij wet bedrijven het niet-roken oplegde, was Sligro een nagenoeg rookvrij bedrijf. Wij vonden en vinden dat een rookvrije werkomgeving bijdraagt tot een aangenaam en gezond werkklimaat. Bovendien vinden wij roken in een ruimte waar levensmiddelen verkocht of verwerkt worden een onmogelijke combinatie.



Een aantal van de werkzaamheden binnen Sligro Food Group is relatief zwaar, hierbij denken we met name aan het orderverzamen. Daarom hebben we voor onze DC's een zogenaamd 'Pick to light' systeem ontwikkeld en geïmplementeerd. In dit systeem, waarbij we onder andere gebruik maken van transportbanen, zijn alle producten op grijp- en reikhoogte gelokaliseerd om de lastige en continue beweging van reiken en bukken tot een minimum te beperken. Alle producten hebben we voorzien van duidelijk herkenbare etiketten, zodat men alleen maar hoeft te kijken en te pakken. Inmiddels verwerken we al meer dan 15.000 artikelen in dit systeem.

Om uitval te voorkomen hebben we diverse preventieve begeleidingstrajecten ontwikkeld, waarbij de signalerende taak niet alleen bij de medewerkers zelf ligt maar ook bij de manager. Deze aanpak, die in samenwerking met de ARBO-dienst en diverse hulpverleners tot stand is gekomen, heeft een gunstige invloed op het verzuim. De aanpak wordt momenteel verder uitgebreid en in dit kader worden de mogelijkheden tot samenwerking met zorgverzekeraars onderzocht. Een initiatief dat door hen met groot enthousiasme is ontvangen.

Onze distributiecentra hebben we voorzien van complete verkeersplannen en zo is een situatie gecreëerd waarin onze medewerkers veilig kunnen lopen en bewegen. Hiervoor hebben we de afgelopen jaren alle bewegingen van verzameltrucks en heftrucks zowel binnen als buiten in kaart gebracht, extra belijningen op de vloer aangebracht (voetgangersgebied en haaiantanden) en spiegels geplaatst bij onoverzichtelijke punten. Om de veiligheid te borgen wordt aan al deze aspecten in onze heftruckopleiding en de inwerkperiode uitvoerig aandacht besteed. Het is in de regelgeving nog onduidelijk of al deze voorzieningen een verplichting of aanbeveling vormen.

Jubilarissenviering

Sligro hecht veel aan langdurige relaties. Dat geldt op alle terreinen, klanten, leveranciers partners waarmee samengewerkt wordt en natuurlijk medewerkers. Juist door lang en gemotiveerd bij Sligro te werken ontstaat er in onze visie meerwaarde en een grotere mate van betrokkenheid. Op die wijze wordt het werk bij Sligro een vanzelfsprekend onderdeel van iemands leven meer dan alleen maar een plaats waar je de 'kost verdient'.

Wij geven dan ook veel aandacht aan jubilarissen zowel naar het individu door middel van brieven, een bonus en diverse cadeaus, maar ook op de werkplek zelf waar een feestelijk moment wordt georganiseerd waarbij altijd een lid van de directie aanwezig is. Het tonen van die betrokkenheid heeft uiteraard daarmee zijn uitwerking ook naar de medewerkers.

Jaarlijks wordt er vervolgens een feestavond georganiseerd voor de jubilarissen en hun partners waarbij de complete directie aanwezig is en allerlei andere vertegenwoordigers vanuit de organisatie zoals de OR en de personeelsvereniging. De opzet is de jubilarissen in het zonnetje te zetten en wordt door hen ook als overweldigend ervaren, precies de beleving waar wij op zoek naar zijn. Deze aanpak past uiteraard prima in ons 'boeien en binden' beleid.

Sligro Seniorenclub

Onze bedrijfscultuur kenmerkt zich door een sterke betrokkenheid van de medewerkers. Wij vinden het prettig dat deze betrokkenheid niet stopt op het moment van pensioneren. Onze gepensioneerde collega's hadden vaak een jarenlang dienstverband en zijn in die hoedanigheid cultuur(over)dragers bij uitstek. Hiermee zijn zij een voorbeeld voor de jongere, nog binnen Sligro Food Group actieve medewerkers. Ten behoeve van de onderlinge contacten en om de nauwe band met Sligro Food Group te behouden, kennen wij de Sligro Seniorenclub. Op eigen initiatief organiseert deze club jaarlijks een aantal activiteiten voor haar leden en levenspartners. Wij stimuleren dit en faciliteren de activiteiten in de breedste zin van het woord.

De synergie van Night of the Proms

Met onze producten en dienstverlening richten wij ons op de etende en drinkende mens. Van chefkoks tot inkopers van zorginstellingen en van bedrijfscaterers tot consumenten in onze supermarkten. Naast de kwaliteit van ons aanbod speelt sfeerbeleving een grote rol. Want eten en drinken zijn synoniem voor genieten. Vandaar dat wij onze klanten sinds 1998 elk jaar de mogelijkheid bieden tot het bijwonen van één van de exclusieve Sligro Night of the Proms. Dit muzikale evenement verloopt al jaren succesvol volgens een vast recept waarbij klanten voor toegangstickets kunnen sparen. Voorafgaand aan de concerten fêteren we hen op een grootse receptie met een keur aan hapjes, drankjes en proeverijen. Vorig jaar vonden er in Ahoy vier Sligro Night of the Proms concerten plaats, waarbij we per avond

ruim 10.000 klanten mochten ontvangen. Met dit evenement laten we tevens zien wat de kernkwaliteiten van Sligro Food Group zijn – en die gaan verder dan alleen kwalitatief hoogstaande lekkernijen en uitstekende service. Honderden enthousiaste medewerkers leveren namelijk elke keer vrijwillig een flinke bijdrage aan de voorbereidingen en op de avonden zelf. Van het verzorgen van de decors en aankleding tot het bereiden van de hapjes en het verwelkomen van de gasten, het uitserveren en glazen ophalen tot het uitdelen van de verrassingstassen en het uitzwaaien van de gasten. Binnen Sligro is de Night of the Proms dan ook uitgegroeid tot een goed voorbeeld van synergie, waarbij interne binding en betrokkenheid met veel plezier worden vertaald in vakmanschap, ondernemerschap en gastheerschap.



Klanten op werkbezoek

Om klanten te laten zien hoe onze inkopers werken, nemen we een aantal van hen een paar keer per jaar mee naar Rungis bij Parijs, het summum op het gebied van verse en culinaire producten. Tijdens het door onze klanten als indrukwekkend ervaren bezoek aan 'de hallen van Parijs' kunnen zij het hele inkoopproces volgen, vanaf het moment van keuze door onze inkopers en de onderhandelingen tot en met het moment waarop onze selectie de vrachtwagens in gaat. Omdat mensen steeds bewuster gaan eten en naast kwaliteit ook smaak belangrijker wordt, nemen we onze klanten ook regelmatig mee naar Ierland, de bakermat van ons O'Sullivan vlees. Want daar komt ons premium Black Angus rundvlees en het Wicklow Lamb vandaan. Na de BSE-problematiek van enkele jaren geleden, heeft het Verenigd Koninkrijk haar fokprogramma en veiligheidseisen zó grondig aangepakt, dat ze nu voorop loopt op het gebied van kwaliteit en voedselveiligheid. In Ierland hebben wij overeenkomsten met een aantal fokkerijen waar ze het raszuivere Black Angus rund en het Wicklow Lamb fokken. De dieren grazen in de uitgestrekte weilanden met enkel en alleen kwaliteitsgras. De zorgvuldige bijvoeding van de dieren wordt streng gecontroleerd. Elk dier heeft zijn eigen paspoort met daarin alle informatie over z'n fysieke gesteldheid, stambomen en eventueel toegediende medicatie. Via het etiket is deze informatie traceerbaar. Op die manier kunnen we diervriendelijk en veilig kwaliteitsvlees aanbieden. En daar zijn we trots op. Vandaar dat we graag willen dat onze klanten dat alles met eigen ogen kunnen zien.

Kinderen (g)een bezwaar

Kinderen jonger dan 12 jaar hebben géén toegang tot een Sligro zelfbedieningsgroothandel. Een op het eerste gezicht erg kindonvriendelijke huisregel. Het tegendeel is echter waar! Met het betreden van een Sligro-vestiging komt men in een groothandelsmagazijn waarin kinderen gevaar lopen voor lichamelijk letsel. Dit is een wezenlijk andere omgeving dan een



supermarkt of warenhuis. Denk aan allerlei vormen van goederentransport, zoals aan- en afvoer met heftrucks, pallettrucks en "grote klantenwagens". Hoog opgestelde zware goederen op stellingen, lopende banden op kinderhoogte, vrij toegankelijke diepvriescellen, liften, hellingbaan met spijlen en summier afgezette magazijnruimten vormen een werkvloer waar volwassenen vrij en zonder risico's hun werk kunnen verrichten en zaken doen. Voor kinderen die vrij en onbezorgd spelen is dit een gevaarlijke omgeving. Sligro wil dit gevaar te allen tijde voorkomen.

Natuurlijk begrijpen wij ook dat er met name voor kleine zelfstandigen soms geen andere keuze is dan het kind even mee te nemen. Daarom hebben we alle Brasseriën en Rustpunten in onze Sligro-vestigingen gefaciliteerd met een speciaal hoekje, waar kinderen een filmpje kunnen kijken, kunnen kleuren en lezen in het speciaal voor hen ontwikkelde 'SuperSjef'-boekje en een glaasje limonade kunnen drinken. Het enige dat ontbreekt is een oppas, want die verantwoordelijkheid ligt in onze optiek nog altijd bij de ouders.

Meedenken met meedenkende partners

Als groothandel doen wij bijna dagelijks zaken met zo'n 1500 leveranciers. Omdat wij geloven in duurzame relaties kiezen we hen heel zorgvuldig en bewust. Samen met hen ontwikkelen we talrijke producten en formules. Niet alleen op het voor de hand liggende gebied van inkoop van foodproducten, maar zeker ook voor wat betreft opleiding en training, herstelbegeleiding, drukwerk, bouw- en transportbedrijven. Dit doen wij vanuit de overtuiging dat als je niet kunt delen je ook niet kunt vermenigvuldigen. Uiteraard is het kostenaspect belangrijk. Maar nóg belangrijker is het wederzijdse vertrouwen, de kennis van onze manier van werken, onze verwachtingen en eisen. Vaak hebben wij met 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 terugbetaald. Jaren geleden werkten wij nog met eigen chauffeurs, inmiddels hebben wij die gespecialiseerde expertise uitbesteed. De samenwerking met deze bedrijven is misschien wel het meest vergaand. Omdat het voor onze klanten heel belangrijk is dat ze altijd dezelfde contactpersonen hebben. Onze chauffeurs zijn weliswaar niet in bij ons dienst,

Vanuit de overtuiging
dat als je niet kunt
delen je ook niet kunt
vermenigvuldigen

maar maken in de praktische beleving wel deel uit van Sligro Food Group, juist omdat ze voor de klanten vaak hét aanspreekpunt zijn. Veel van deze chauffeurs zijn overigens oud-medewerkers. Daarom rijden alle chauffeurs in vrachtwagens met Sligro-signing, dragen ze de speciaal ontwikkelde Sligro-bedrijfskleding en worden ze op klantvriendelijkheid getraind.



6. Maatschappij

Als groothandel en supermarktbedrijf kopen we dagelijks duizenden producten van diverse leveranciers in en distribueren die vervolgens naar onze vestigingen in heel Nederland. Tegelijkertijd openen we regelmatig nieuwe distributiecentra en supermarkten of verbouwen we bestaande panden. Dit alles is van invloed op mensen, maatschappij en milieu en die verantwoordelijkheid nemen we graag op ons. Omdat we voortdurend zoeken naar verbeteringen, voeren wij een actieve dialoog met gemeenten, overheid, aannemers, transportbedrijven, brancheorganisaties, leveranciers, afvalverwerkers, scholen en media. Daardoor zijn we continu in staat om voorop te lopen in en vooruit te lopen op de ontwikkelingen. En kunnen we succesvol blijven, in alle opzichten.

Alles over voor voedselveiligheid

De professionele klant zeker en de consument in toenemende mate, gaat ervan uit dat het voedsel dat hij of zij koopt veilig is. Voor Sligro Food Group heeft voedselveiligheid dan ook een hoge prioriteit. Hieraan kunnen geen concessies worden gedaan. Iedere schakel in de keten moet weten dat ze bijdraagt aan de productie van voedsel en dat daaraan hoge eisen worden gesteld door de samenleving. Sligro Food Group opereert als groothandel, retailer en ook als producent (Smit Vis en Koelvers). Daarom moeten onze leveranciers voldoen aan een gecertificeerde productiewijze volgens HACCP en BRC om de voedselveiligheid te waarborgen. Alle voedselveiligheidssystemen voor zowel boeren en tuinders als voor fabrikanten en importeurs moeten uiteindelijk voldoen aan de voorwaarden zoals die door het CIES in het Global Food Safety Initiatieven worden gesteld. We kijken in dit voortdurende proces uiteraard ook naar onszelf en onderwerpen

alle vestigingen, distributiecentra en supermarkten daarom regelmatig aan interne audits. Hiervoor schakelen wij onafhankelijke bureaus in. Het spreekt voor zich dat alle afdelingen, vestigingen en partners van Sligro Food Group HACCP en ISO 9000-2000 gecertificeerd zijn.

Is bio logisch?

Het blijft een boeiend fenomeen, biologisch voedsel. Emotie en ratio voeren voortdurend een bio-gevecht. Emotie omdat je tegenwoordig geen (vak)blad kunt openslaan of men schrijft er wel over. De ratio is dat er zowel in foodservice als foodretail, ondanks een voortdurende verkoopstijging, relatief weinig omzet in biologisch voedsel wordt gerealiseerd. Je ziet wel een stimulans bij grote cateringopdrachtgevers zoals ministeries, die afgesproken hebben dat een behoorlijk percentage van hun aanbod biologisch moet zijn. Maar is dat wel logisch? Die biologische wensen zouden toch primair vanuit de consument moeten komen? Biologische en verantwoorde voeding uit de 'geiten-wollen-sokken-sfeer' halen is een kritische succesfactor. Dat is een lastig imagohoekje waarin biologisch in Nederland toch wel een beetje beland is. In de Verenigde Staten, Groot Brittannië en ook onze buurlanden hebben ze dit handig gedaan met kreten als 'Organic' en 'All natural'. Dat is wat minder beladen en past ook in Nederland prima in de trend van 'bewust eten'. Bovendien bewijst het dat verantwoord en lekker tóch heel goed samen kunnen gaan en dat is de weg naar de toekomst. Of we dat uiteindelijk via 'Ik Kies Bewust', 'Organic', 'All natural' of biologisch gaan doen zullen we zien!

Het neusje van de zalm

Er is een sterk groeiende aandacht voor verantwoord vissen. Dat houdt onder andere in dat je niet het hele jaar vist, maar de vis tijdens de paaitijd en tijd van kuitschieten met rust laat. Zo houd je de visstand op peil. Verschillende milieuorganisaties benadrukken bij consumenten hoe belangrijk dat is en wij onderschrijven dit. De helft van ons aanbod bestaat inmiddels uit kweekvis en daarmee lopen wij voorop. Kweekvis heeft veel voordelen, zoals de bescherming van de visstand, voedselveiligheid, contante kwaliteit en logistiek. Bij kweekvis weet je namelijk precies wat de vis gegeten heeft én wat er door z'n kieuwen is gegaan. Nu de vervuiling van de zee toeneemt wordt dat aspect steeds belangrijker. Bovendien is de smaak constant en is kweekvis verser omdat we veel meer invloed hebben op de logistiek en planning. Sommige vissen worden al jarenlang gekweekt, zoals de zalm. Bij andere soorten

De helft van ons aanbod bestaat inmiddels uit kweekvis en daarmee lopen wij voorop.

neemt dat nog toe. Tilapia, van oorsprong een tropische vis, wordt nu voor Sligro Food Group gekweekt door voormalige varkensboeren in Brabant en de Europese kabeljauw wordt gekweekt in Noorse fjorden.





'Ik kies bewust-logo'

Wij zijn weliswaar geen fabrikant van voedingsmiddelen, maar als groothandels- en retailorganisatie zijn wij wel eigenaar en ontwikkelaar van veel exclusieve merken, een Sligro-benaming voor huismerken of private labels. Omdat wij onze klanten willen helpen een bewuste en gezondere keuze te maken, zijn wij aangesloten bij de Stichting 'Ik kies bewust'. Een van de doelen van de stichting is het reduceren van voedingsstoffen met minder gunstige gezondheidseffecten, zoals verzadigd vet, transvet, natrium en toegevoegde suikers. Producten van onze exclusieve merken die in aanmerking kunnen komen om het 'Ik Kies bewust-logo' te dragen, worden beoordeeld op hun voedingskundige samenstelling. Dit wordt gedaan door ze te toetsen aan de aanbevelingen voor gezonde voeding van de WHO en de criteria voor productindeling van het Voedingscentrum. Een onafhankelijke Wetenschappelijke Commissie controleert de criteria voor het verkrijgen van het 'Ik Kies bewust-logo'. Het onderzoeksinstituut TNO Kwaliteit van Leven toetst of producten het logo mogen dragen. www.ikkiesbewust.nl



Stichting 'Verantwoord frituren'

Vloeibaar frituurvet past in een verantwoorde bedrijfsvoering, omdat vloeibaar frituurvet in vergelijking met vast frituurvet veel goede, onverzadigde vetten bevat die een gunstig effect op het cholesterolgehalte hebben. Het gebruik van vloeibaar vet past daarmee in het streven van de overheid om verzadigde en transvetzuren zo veel mogelijk te vervangen door onverzadigde vetten. Met de ruim 240 vestigingen van onze foodservice formules Big Snack, FoodPlanet, Plaza food for all en Entrée Brasserie ondersteunen wij de campagne 'verantwoord frituren'. www.friturenindehoreca.nl



Totall Recall

Vlak na de dioxinecrisis in 1999 lanceerden wij het recall-plan 'Totall Recall'. Een van de doelstellingen uit dit plan is het voorkomen dat de gezondheid van de eindgebruiker kan worden bedreigd door het gebruik van de bij ons ingekochte producten. Het maakt daarbij niet uit of het in een van onze supermarkten of in de groothandels heeft plaatsgevonden. Het afgelopen jaar zijn alle werkmaatschappijen aan elkaar gekoppeld om een eenduidige lijn te voeren op recall-gebied. Centraal wordt de afwerking van recalls op de voet gevolgd. Een belangrijk onderdeel van de Europese Algemene Levensmiddelen Verordening (General Food Law) is traceerbaarheid. Een van de eisen zal worden om binnen 4 uur het product te kunnen traceren, een stap vóóruit maar ook een stap áchteruit in de keten.



Allergenen

Wij willen onze klanten duidelijk kunnen informeren over de gebruikte grondstoffen in onze Exclusieve Merken (dit is de Sligro Food Group benaming voor 'eigen merken'). Wij hebben echter niet willen wachten totdat er vanuit de nationale overheid én Europese Unie richtlijnen kwamen. Om daar concreet mee aan de slag te kunnen hebben we een inventarisatie gemaakt, waarbij we met name hebben gelet op alle ingrediënten, aroma's en additieven per artikel, welke gemaakt zijn van maïs en/of soja (o.a. sojabloem, sojameel, soja-eiwit, maïsmeel, maïszetmeel, sojalecithine, geraffineerde soja- en maïsolie glucose, dextrose staat aangeven of de leverancier in het bezit is van zowel een IP- als een PCR-certificaat. Daarnaast bekijken we ieder afzonderlijk Exclusief Merk inzake veranderingen in ingrediënten. Want als een ingrediënt verandert, moeten we ook de allergenenlijst aan te passen.

Leaseauto's? Daar doen wij niet aan!

Leaseauto's? Daar doen wij niet aan

Het rijden in een auto van de zaak is voor veel Nederlanders een doodgewone zaak. Sterker nog, een leaseauto schijnt zelfs bij bepaalde functies te horen. Wij denken daar heel anders over. Wij hebben namelijk geen leaseauto's. Omdat wij van mening zijn dat mensen veel bewuster omgaan met een auto en hun rijgedrag als de auto van henzelf is. Ze onderhouden een auto beter, rijden zuiniger en rijden minder lange afstanden dan dat ze bij een leaseauto zouden doen. Dat draagt allemaal bij tot een schoner en beter milieu. Uiteraard kennen wij een zakelijke kilometervergoeding. Een aantal medewerkers moet immers vanuit hun functie regelmatig elders in het land zijn dan op hun vaste werkplek. Maar ook hier gaan wij bewust mee om en hebben we gekozen voor een kilometervergoeding met een aflopende staffel naar mate er meer kilometers worden gereden.

Het succes van de Eco-truck

Begin 2004 bood het ministerie van Verkeer en Waterstaat transportbedrijven in Nederland de mogelijkheid om deel te nemen aan een proef met een extra lang voertuig van maximaal 25,25 meter met een maximaal totaal gewicht van 60 ton. De proef liep tot eind 2006. Voor ons was dit een uitstekende gelegenheid om de transportkosten terug te dringen én een bijdrage te leveren aan een gezonder milieu. Samen met één van onze vervoerders, Van den Broek, hebben we ons ingeschreven voor deelname. Na een lange weg van aankopen van een aanhanger (wip-kar), aanpassen, aanbrengen belettering, aanvragen van trajecten, vergunningen, keuringen, chauffeursopleiding, chauffeursexamen, combinatietest te Lelystad (uitwijktest, remvertraging en draaicirkel) etc. zijn we er in geslaagd om als één van de eerste in Nederland de Eco-combi als primeur op de weg te krijgen. De Eco-combi kan bijna twee keer zoveel pallets laden waardoor de kostprijs per pallet per kilometer aanzienlijk lager is. Bovendien is het brandstofverbruik per vervoerde pallet gedaald waardoor het milieu minder belast wordt door de uitstoot van uitlaatgassen. Door de Eco-combi gaat het aantal voertuigbewegingen aanzienlijk omlaag waardoor de Nederlandse snelwegen minder druk worden en er dus minder files zullen ontstaan.



De pieken en dalen van het PIEK-project

De overheid en gemeenten hebben leefbaarheid van stads- en dorpscentra hoog op de agenda staan. Eén van de voorwaarden is de aanwezigheid van een supermarkt. Maar deze winkels moeten bevoorrad worden. De afgelopen jaren is er vanuit de retailers, vervoerders en carrossierbouwers van alles aan gedaan om de tegemoet te komen aan de eisen vanuit de overheid en zodoende de kwaliteit van het transport te verhogen, waarbij veiligheid en leefbaarheid prioriteit hadden. Dankzij subsidie vanuit de overheid (het PIEK-project) en investeringen vanuit de sector zijn er inmiddels zestig geluidsarme oplossingen bedacht, die het bevoorradingsverkeer verminderen, en de laad- en loshandelingen in de bewoonde omgeving stiller maken en elke situatie veiliger maken.

Initiatieven zoals de Eco-trucks, dubbeldekkers en de fluistertrailers, met geluidsisolerende koeling, werden de rolcontainers en uitlaadkleppen voorzien van geluiddempende materialen om het geluidsoverlast in de nacht en vroege ochtend drastisch te verminderen. Sligro loopt in deze ontwikkelingen voorop. De gehele sector heeft inmiddels zestig miljoen euro geïnvesteerd in stil materiaal en we willen nu met pilots komen. De bestaande regelgeving vormt alleen nog

een belemmerende factor. Zoals de huidige venstertijden bijvoorbeeld. Nu mogen alle gemeentes afzonderlijk de laad- en lostijden bepalen en die zijn vaak tussen zeven en elf uur 's ochtends. Middenin de spits waardoor onze vrachtwagens vaak gemiddeld een uur tot anderhalf uur langer onderweg zijn. En mogen we 's nachts bevoorraden dan staan er weer 'Amsterdammetjes' in de weg. De overheid heeft de kaders gesteld, wij hebben daar gezamenlijk oplossingen voor bedacht en geïmplementeerd. De overheid is nu aan zet en zal nu haar regelgeving moeten gaan aanpassen. Alleen dan zijn we met z'n allen maatschappelijk verantwoord bezig.



De gehele sector heeft zestig miljoen euro geïnvesteerd in stil materiaal en willen met pilots komen, alleen bestaande regelgeving is belemmerende factor.



Veiligheidsvoorzieningen op vrachtauto's

Ter bevordering van de veiligheid van onze chauffeurs en onze medeweggebruikers, zijn de vrachtwagens die voor ons rijden uitgerust met een ABS remsysteem, zijfatscherming, blindehoekspiegels, een snelheidsbegrenzer en anti-nevelspatborden.

Intertour

We hebben meer dan 600 leveringen per dag. Om dat zo efficiënt mogelijk te laten verlopen en de transportbewegingen zo klein mogelijk te houden rijden onze wagens altijd voor 95% vol rond. Continu. Zijn ze niet volgeladen met producten richting klanten dan zijn ze wel volgeladen met retouremballage, verpakkingsmaterialen, karton, plastic en retourgoederen richting Veghel. Hiervoor maken we gebruik van ons softwarepakket Intertour met ingebouwd GPRS-systeem. Op basis van de actuele bestellingen optimaliseert dit pakket alle routes, hoeveel volume een vrachtwagen op dat moment vervoert, wat eraf gaat en wat hij er weer bij kan krijgen, past bestaande routes aan en geeft dit alles voortdurend door aan de chauffeurs. Het systeem is zodanig opgezet dat ook invalchauffeurs en anderstaligen precies weten wat ze mogen doen.

Efficiënt afval

Afval wordt al jaar en dag ingezameld en afgevoerd. De ene keer gebeurt dit via de distributiecentra, de andere keer rechtstreeks vanaf de locatie. Duurzaamheid en efficiency zijn de peilers waarop we het beleid ten aanzien van onze afvalstromen inrichten. Duurzaamheid in de vorm van minder transporten door samenbundeling van afval, minder papierverbruik door minder verschillende facturen en een nog betere scheiding van ons afval. Met efficiency bedoelen we een duidelijke structuur met betrekking tot afval en de uitvoerbaarheid van de afvalinzameling. Daar waar we zaken slimmer kunnen doen, bijvoorbeeld door centralisatie, zullen we niet nalaten dit ook te doen. Vandaar dat ons retour- en sorteercentrum in Veghel een eigen milieustraat heeft en al het afval gescheiden verwerkt. Vanuit de inventarisatie van de afvalstromen (hoeveelheden, kosten, waar komt wat vrij) bekijken we of we met minder afvalinzamelaars, minder transporten en minder facturen een besparing kunnen realiseren. De kengetallen van het afgelopen jaar voor de vier grootste afvalstromen zijn:

- Oud Papier Karton (OPK): 2400 ton
- Folie: 300 ton
- Restafval: 1500 ton
- Food (voorverpakte producten): 1000 ton



Energie, papier en milieu

Met 43 grootschalige zelfbedieningsvestigingen, 11 bezorglocaties, 4 DC-locaties en meer dan 50 supermarkten kunnen en willen we niet anders dan bewust omgaan met energie en de effecten op het milieu zo klein mogelijk te houden. Daar waar mogelijk gebruiken we spaarlampen, alle buitenverlichting gaat na 23.00 uur uit en in elke vestiging worden na sluitingstijd de koel- en vriesinstallaties afgedekt. De glasbewassing en reiniging van sanitaire voorzieningen gebeurt eveneens op milieuvriendelijke wijze. Alle kopieerapparatuur is gereconditioneerd en lege cartridges, toners en batterijen worden uiteraard ingezameld.

Bij de productie van onze folders wordt uitsluitend papier gebruikt van leveranciers die PEFC- en FSC-gecertificeerd zijn. Deze certificaten garanderen dat het hout dat gebruikt wordt in de pulp afkomstig is van duurzaam beheerde wouden. Deze pulp wordt niet op basis van hout vervaardigd dat:

- Afkomstig is uit bossen waar de burgerrechten geschonden worden
- Afkomstig is uit bedreigde bossen
- Afkomstig is van genetisch gemodificeerde bomen
- Illegaal gekapt werd en uit oude bossen die vervangen werden door plantages of die omwille van ander gebruik werden vernietigd.

Bij het drukken van de Sligro-folders wordt 'Tempo Natur' drukinkt gebruikt. Dit is een plantaardige drukinkt die minder milieubelastend is ten opzichte van conventionele drukinkten en uitsluitend bindmiddelen bevat met een natuurlijke oorsprong. De inkt bevat geen V.O.C.'s (vluchtige organische stoffen) en bovendien voldoen de pigmenten aan de EG wetgeving 94/62 inzake verpakkingen en verpakkingsafval. In Scandinavië is 'Tempo Natur' gecertificeerd met het hoogste milieu-embleem, de 'Groene Zwaan'. Ons promotiemateriaal wordt met milieuvriendelijke inkt gedrukt op chloorvrij

gekleurd papier en bij elke mailing informeren we een wisselend deel van ons klantenbestand en alleen hen die aangegeven hebben onze folders op prijs te stellen.



Gemaksbakken en gemakstassen

Als eerste groot- en detailhandelsbedrijf in Nederland heeft Sligro Food Group een systeem ontwikkeld waarbij het langdurig hergebruik van transportmaterialen wordt gestimuleerd. Klanten betalen een statiegeldbedrag voor een zogenaamde kartonnen gemaksbak of gemakstas om hun gekochte goederen in te vervoeren. Wanneer deze versleten is kan hij weer geruild worden voor een nieuwe.



7. Meerwaarde

Tot de meerwaarde van Sligro Food Group rekenen we niet alleen de puur financiële prestaties zoals winst, omzet en dergelijke. Thema's als werkgelegenheid, investeringen, infrastructuur, locatiebeleid, politieke betrokkenheid, uitbesteding, sponsoring, medewerkersparticipatie, winstbestemming en de economische effecten van onze diensten en producten spelen hier een even grote rol in. Het mag duidelijk zijn dat winst maken en zorg dragen voor continuïteit de meest belangrijke peilers zijn onder onze wijze van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Medewerkers-
participatie:
'Samen gewerkt,
samen gewonnen'



Betrokkenheid

Onze doelstelling is om alle medewerkers aandeelhouder van het bedrijf te laten zijn. Sligro Food Group is de laatste jaren flink gegroeid, zowel door overnames als door zelf goed te presteren. 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 medewerkerparticipatie

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 is door verschillende instellingen en universiteiten onderzocht wat de gevolgen zijn van aandelenbezit door medewerkers. Daaruit bleek telkens dat ondernemingen met zogenaamde 'medewerkerparticipatie' zorgen voor groei en betere resultaten hebben. Kijkend naar onze eigen groei en resultaten in de afgelopen tien jaar, dan zien we dat die ook sterker zijn dan de markt. Dit is een belangrijke onderbouwing van onze visie op en ons geloof in het positieve effect van medewerkerparticipatie. Voor Sligro én haar medewerkers!

Prestaties en aandelen

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. Je hebt immers zelf geen invloed op de resultaten. Bij voldoende koersstijging verkoop je die aandelen en stopt je betrokkenheid. Bij Sligro 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, als bijdrage aan een laag ziekteverzuim. In beide gevallen leidt dat tot een aandelenbezit als resultaat van de eigen prestatie.

Het aandelenbezit van een Sligro-medewerker in Sligro Food Group N.V. kan beginnen bij en verder groeien door:

- **Het startaandeel.**

Bij een contract voor onbepaalde tijd hoort één aandeel Sligro Food Group N.V. Het gaat in dit geval niet om de beurswaarde die het aandeel op dat moment vertegenwoordigt. Wij hechten meer aan de symbolische waarde van dat aandeel en de beleving daarbij. Vanaf dat moment is er immers sprake van een zogeheten 'medewerker-aandeelhouderschap'.

- **Het welkomstaandeel.**

Voor nieuwe collega's met een vast contract die afkomstig zijn van een overgenomen bedrijf en die in principe niet zelf gekozen

**Aandelen Sligro Food Group N.V.
kopen met een korting van 10%**

hebben voor Sligro, bestemmen wij ook één aandeel. In dit geval heeft het aandeel vooral de waarde van een 'welkom bij ons bedrijf' en geven we aan samen verder te willen werken. Het moment van toekennen is in de maand maart, net zoals de aandelen in de winstdelingsregeling en op voorwaarde dat de medewerker op dat moment in dienst is.

- **De winstdelingsregeling 'Samen gewerkt, samen gewonnen'**

Uitgangspunt bij deze regeling is een zinvolle winstdelingsregeling die past bij ons bedrijf en onze stijl van werken. De regeling zorgt ervoor dat nagenoeg alle werknemers van Sligro bij goede jaarwinsten meedelen in de winst en daardoor medeaandeelhouder worden in Sligro Food Group NV. Door hard, geconcentreerd, zuinig en slim te werken kunnen de Sligro-resultaten worden verhoogd. Iedere werknemer krijgt daar direct weer een stuk van terug als extra op het salaris. Dit extra wordt uitgekeerd in de vorm van aandelen van ons bedrijf. De winstdeling is afhankelijk van de nettowinst als percentage van de omzet. Via het gebruik van de fiscale voordelen van de spaarloonregeling, ontvangt men deze aandelenuitkering netto. Door de koersstijging in het afgelopen jaar is het spaarcentje' in de vorm van Sligro Food Group aandelen wederom fors toegenomen. Een ware spaarloonregeling dus!

- **De regeling 'Gezond zijn, gezond blijven'.**

Naast dat ziek zijn vervelend is voor de persoon in kwestie, heeft het ook consequenties voor het werk en de directe collega's van de zieke. Het past in de Sligro-cultuur om medewerkers zonder of met een laag ziekteverzuim met extra aandelen te belonen voor hun voortdurende bijdrage. Per jaar stellen we samen met de Ondernemingsraad de collectieve norm vast voor ons ziekteverzuim. Degene die het eerste of tweede halfjaar geen ziektehad, ontvangt één aandeel per

Eén aandeel cadeau als 'welkom bij ons bedrijf'

halfjaar en degene die het hele jaar geen ziektehad, ontvangt twee aandelen extra. Wanneer de collectieve norm gehaald wordt, krijgen medewerkers die het hele jaar niet ziek zijn geweest nog een extra aandeel uitgekeerd. Per saldo kan een medewerker die het gehele jaar niet ziek is geweest 5 aandelen uitgekeerd krijgen!

- **De mogelijkheid tot extra sparen.**

Sligro Food Group biedt binnen de fiscale ruimte en maximalisering de mogelijkheid tot extra sparen. Dat kan jaarlijks in de maand mei door inhouding op het 'tijd voor tijd' saldo, de snipperuren of het salaris.

- **De mogelijkheid tot aankoop van aandelen met 10% korting.**

Medewerkers van Sligro Food Group kunnen éénmaal per jaar (in de maand mei) onder bepaalde voorwaarden aandelen Sligro Food Group NV. kopen met een korting van 10% op de actuele beurskoers, met de helft van een bruto maandsalaris als maximum. Ook hiervoor kan desgewenst het 'tijd voor tijd' saldo gebruikt worden.

- **Het dividend.**

Over aandelen ontvangt men dividend. Het dividend per aandeel wordt jaarlijks vastgesteld tijdens de Algemene Vergadering van Aandeelhouders. Het uit te keren dividend ontvangt men in één keer via de salarisafrekening.

Vertegenwoordiging en zeggenschap

De medewerkers van Sligro worden door het Stichtingsbestuur vertegenwoordigd op de Algemene vergadering van aandeelhouders. Zij hebben daar ook stemrecht. Het stichtingsbestuur bestaat uit een lid van de directie en een lid van de ondernemingsraad.

Klanten als aandeelhouder

Iedereen kan aandeelhouder van Sligro Food Group worden. Simpelweg door het kopen van aandelen Sligro Food Group NV. Onze klanten vormen daarop een uitzondering die de regel bevestigt. Zij kunnen namelijk ook spàren voor aandelen. Vier keer per jaar (voor 1 maart, 1 juni, 1 september en 1 december) kunnen zij hun gratis verkregen Sligro bonuszegels omzetten in aandelen Sligro Food Group NV. Omstreeks die data maken wij namelijk de omrekenkoers voor de spaarkarten in onze vestigingen bekend. De exacte omrekenkoers wordt gebaseerd op de dan geldende koers van het aandeel. Wij hanteren daarbij een omwisselkoers van circa € 12 voor één volle Sligro spaarkaat. Afronding vindt plaats op een bepaald aantal kaarten per aandeel. Inmiddels zijn al duizenden klanten op deze manier aandeelhouder van De Groep geworden. Behalve deze ultieme vorm van klantenbinding en inspraak, kunnen onze klanten de volle bonusspaarkarten ook omwisselen in exclusieve cadeaus of contant geld (à € 10 per kaart).

Klanten als
aandeelhouder
is de ultieme
vorm van
klantenbinding





De meerwaarde van onze vers- en Freshpartners

We willen zoveel mogelijk producten kunnen bieden met zo min mogelijk leveranciers. Wij hebben de kennis met betrekking tot de markt, klanten, logistiek en automatisering. Onze Freshpartners hebben de kennis en vakmanschap met betrekking tot hun ambacht. Kaldenberg Slagerijen investeert enorm in onze samenwerking en hetzelfde geldt voor M. Ruig & Zonen, onze poelier. SmitVis is volledig onderdeel van Sligro Food Group. De meerwaarde van onze Freshpartners zit 'm met name in het vakmanschap op productniveau waardoor zij in staat zijn om deskundig in te spelen op actuele ontwikkelingen, continu kunnen voldoen aan de huidige maar ook toekomstige vraag en zodoende de producten kunnen leveren die volledig voldoen aan de eisen die wij en onze klanten stellen. Een voorwaarde voor het onderhouden van een dergelijke duurzame relatie met onze Freshpartners

is wederzijds vertrouwen. En dat kan alleen ontstaan op basis van het hebben van een goed en persoonlijk contact, waarbij je elkaar alleen het allerbeste gunt. Wij kennen de Ierse boeren die het Black Angus rund voor ons fokken, wij weten precies wie onze vissen in de Noordzee vangen, wij kennen de Brabantse ondernemers die voor ons Tilapia kweken en wij bezoeken de Italiaanse boeren die tomaten voor ons kweken. Wederzijds vertrouwen, een gezonde financiële basis en een langdurige, plezierige samenwerking zijn dé ingrediënten van onze kwaliteitsproducten.

Sponsoring

Het centrale uitgangspunt is niet sponsoren om te sponsoren. Sponsoren is keuzes maken, bewuste keuzes. Sligro Food Group krijgt dagelijks 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 bovendien 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 gesponsorde of de organisatie van een evenement op basis van wederzijdse gelijkwaardigheid. Hierdoor 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.

Sligro Food Group ondersteunt bij voorkeur projecten, activiteiten of evenementen in directe relatie tot onze activiteiten in foodservice en foodretail en die passen bij de uitgangspunten van ons driesporenbeleid

- Klantleiderschap ("beste totaaloplossing")
- Productleiderschap ("beste product")
- Kostenleiderschap ("laagste totale kosten")

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 hierin 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 dat 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 een bewuste keuze gemaakt.

Het Liliane Fonds en Sligro Food Group

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 'kansachterstand'. Zo formuleerden wij dat destijds. Er was helemaal nog geen sprake van een voorkeur voor kinderen of jongvolwassenen, specifiek in ontwikkelingslanden of juist dichtbij, gehandicapt of juist niet. Laat staan dat er een voorkeur bestond voor het Liliane Fonds. 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 én onze klanten. Draagvlak en betrokkenheid creëren dus. Uiteindelijk hebben wij in het Liliane Fonds onze partner gevonden. Wij voelen ons thuis bij de directe en persoonsgerichte aanpak van het Liliane Fonds. Er wordt geen geld besteed aan grote projecten in de bouw of infrastructuur, elke euro wordt aan individuele kinderen met gerichte hulp besteed. In veel gevallen zijn deze kinderen in staat ná de hulp van het Liliane Fonds in hun eigen levensonderhoud te voorzien door bijvoorbeeld een eenvoudig straathandeltje te starten! Vanaf dat moment zijn zij in staat zélf te werken voor hun broodnodige geld. Dát soort projecten heeft onze voorkeur. Naast het feit dat zoiets meer levensvreugde biedt dan afhankelijk te zijn van de giften van anderen, past dit perfect bij ons bedrijf. Wij zijn een ondernemende groothandel en onze klanten zijn ook ondernemers. Onder het motto "Ondernemers voor ondernemers" sparen Sligro-klanten met hun Sligro Bonuszegels voor de kinderen die door het Liliane Fonds op weg worden geholpen. Wij ondersteunen deze giften van onze klanten met een financiële aanvulling. Ook onze medewerkers sparen maandelijks

voor het Liliane Fonds. Met individueel kleine bedragen sparen we sámen op jaarbasis een mooi bedrag voor het Liliane Fonds. Beetje bij beetje, stap voor stap en elke dag wéér!

In 1990 kreeg het Liliane Fonds voor zijn effectieve werkwijze een onderscheiding van de Verenigde Naties. Voor zijn bijdrage aan de wereldvrede ontving het Liliane Fonds in 2000 uit handen van Mr. Hans van den Broek, voorzitter Carnegie-Stichting, de Wateler Vredesprijs. In september 2001 werd aan het Liliane Fonds de Paul Tensen Prijs uitgereikt. Het Liliane Fonds behoorde in 1996 tot de eerste twaalf fondsenwervende organisaties die het Keurmerk van het CBF (Centraal Bureau Fondsenwerving) mochten voeren. Dit keurmerk geeft aan dat een organisatie betrouwbaar is in zowel fondsenwerving als in de besteding en verantwoording van de verworven gelden.

Liliane
STICHTING **Fonds**

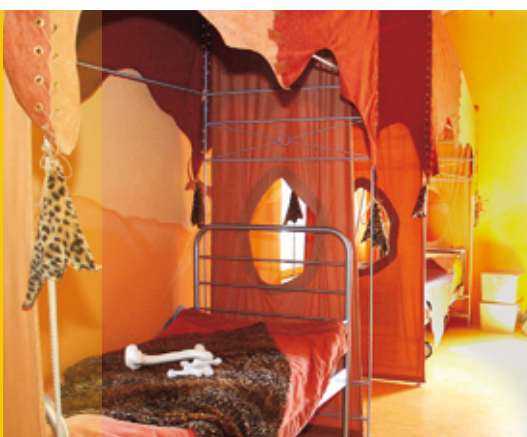


Villa Pardoës

Omdat wij met EM-TÉ uitsluitend in Nederland actief zijn, willen wij ook een nationaal fonds ondersteunen. Ons oog viel toen op Villa Pardoës, 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 Pardoës is gebaseerd op de nationale bekendheid, het onbesproken gedrag, het breed maatschappelijk draagvlak en het feit dat het centraal in het marktgebied van EM-TÉ ligt. www.lilianafonds.org en www.villapardoes.nl



www.lilianafonds.org
www.villapardoes.nl





Verwenzorg en Van Hoeckel

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 bedrijfsonderdeel wat zich richt op de institutionele markt) en haar medewerkers, kunnen dit gemis met Verwenzorg

compenseren. Verwenzorg is níet 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 vóórder gaat dan het uitsluitend leveren van goederen en diensten aan onze klanten.

Eind 2006 heeft een Verwenzorgdag plaatsgehad bij Stichting Meare in Eindhoven, een stichting die mensen ondersteunt met een verstandelijke beperking. Diverse Van Hoeckel-medewerkers hebben geholpen om die dag tot een succes te maken. Met veel plezier en voldoening. Daarnaast vinden wij het belangrijk dat de Verwenzorg-gedachte verder wordt uitgedragen. Daarom bieden wij dé ambassadeur van de Verwenzorg, mevrouw Joke Zwanikken-Leenders de ruimte om via ons magazine FoodCare Partner de Verwenzorg voortdurend onder de aandacht te brengen.





8. Vooruitblik en borging

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is nooit 'af'. Het ontwikkelt zich in gelijke tred met de maatschappij en ons bedrijf. Daarom is ook dit verslag een levend geheel en zullen wij het laten groeien en waar nodig er ook in snoeien.

Om onze uitgangspunten en visie met betrekking tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen te borgen en voortdurend onder de aandacht te houden in onze organisatie, hebben wij een aantal sleutelfunctionarissen deelverantwoordelijk gemaakt voor de specifieke onderwerpen die passen bij hun dagelijks werk en aansluiten bij hun expertise.



Colofon

Tekst en vormgeving

Sligro Food Group Nederland B.V.

W. Jansen

J. de Bree

B. Looten

I. Vogels

Fotografie

W. Opheij

H. Hairwassers

Druk

Bek Grafische Producties, Veghel

