



Maatschappelijk en sociaal verslag 2008/2009



Inhoud

Voorwoord	3	Milieu- en dierenwelzijnsbewegingen	
Inleiding	5	Duurzame vis	
Profiel Sligro Food Group	6	Foie Gras	
Visie op MVO	8	Blank kalfsvlees	
Leeswijzer	9	Eetbare insecten	
Mensen	11	Volwaard kip	
Werkgelegenheid		Scharreleieren	
Opleiding en training, leren en ontwikkelen		Minder zout, meer smaak	
Stages en contacten met het reguliere onderwijs		Brandveiligheid decoratiematerialen	
Prewerving		Revolutionaire barcodes	
Betrokkenheid en binding	16	Logistiek	45
Medewerkersparticipatie		Invoering Navmaster in intertour	
Medewerkersactiviteiten		Zuinigste vrachtwagenchauffeur van Nederland	
sliM		Besparen door slim orders verzamelen	
Jubilarissenviering		Energie en Milieu	46
Sligro Senioren Club		Energie	
Ondernemingsraad		Verlichting	
Zo zijn onze manieren		LED	
Corporate governance en gedragscode		Vriezen met natuurlijk koudemiddel	
Verskillende bedrijfsculturen in één organisatie		Milieu	
Oost Europese flexkrachten		Efficiënt afval	
Gezondheid en veiligheid	19	Papier en inkt	
Gezondheidsbevordering		Verpakkingenbelasting	
Ziekteverzuim		Gemakbakken en gemakstassen	
Regeling 'Gezond zijn, gezond blijven'		Externe veiligheid	
Roken of niet roken		Voedselveiligheid versus energieverbruik pasteuriseren	
Sligro in beweging		versus begassen	
150 AED's voor Sligro Food Group		Koelen en vriezen	
Veilig werken		Warmteterugwinning bij Culivers	
Gasdetectie zeecontainers		Meerwaarde	50
Pinnen en veiligheid		SRI Rating	
Diefstalpreventie		Klanten	51
Personele kengetallen 2008	25	Klanten als aandeelhouder	
Aantal werknemers	26	Klanten op werkbezoek	
Verdeling fulltimers en parttimers	28	Meedenken met meedenkende partners	
Verdeling werknemers over bedrijfsactiviteiten	30	Leveranciers	51
Leeftijd en dienstjaren	32	Inkoop	
Opleidingen	34	Foodproductie en Freshpartners	
Ziekteverzuim	36	Sponsoring	
Maatschappij	38	Het goede doel	
Voedselveiligheid en -kwaliteit		Het Liliane fonds	
Totall recall		Villa Pardoes	
Verantwoorde producten en voedsel		Verwenzorg	
Verantwoord frituren		Vooruitblik en borging	
Interventiebeleid Voedsel en Waren Autoriteit (VWA)		Borgingscommissie	
Woud aan merken: welk keurmerk is wat?		MVO-lunches	



Voorwoord

In dit verslag over de manier waarop Sligro Food Group maatschappelijk verantwoord onderneemt, wordt de lijn die in ons vorige verslag is uitgezet, doorgetrokken.

De in 2007 ingestelde Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen borgingscommissie is maandelijks bijeengekomen met als doel de maatschappelijk verantwoord ondernemen-discussie binnen Sligro Food Group breed te stimuleren en collega's hierover bewust te laten nadenken. Deze commissie is tevens verantwoordelijk voor het schrijven van dit verslag.

Dat wij, als het om maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat, niet stoppen bij vergaderen en praten, zal blijken uit de talloze voorbeelden van wat wij in de dagelijkse bedrijfsvoering daadwerkelijk doen. Wij achten concrete acties en resultaten belangrijker dan focussen op theorie en verzanden in doelen formuleren.

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

Sommige thema's die specifiek in het jaar 2008 onze bijzondere aandacht hadden, staan ook in ons financieel jaarverslag over 2008 beschreven en zijn op onze corporate website www.sligrofoodgroup.nl gepubliceerd. In dit verslag beschrijven wij meer cases, verdeeld over de klassieke deelgebieden 'Mensen, Maatschappij en Meerwaarde'.

*Maatschappelijk
verantwoord ondernemen en
bedrijfseconomisch rendement
horen hand in hand te gaan*

Kaas

Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C.)
is het predicaat voor kwaliteitswijn
uit Frankrijk. Deze kaas is volgens
vastgestelde productiemannen binnen een
bepaald gebied geproduceerd. De smaak
van herkomst is heel precies bepaald.
Het specifieke karakter van het klimaat,
de begroeiing, de grond, ook deze factoren
zijn gegarandeerd omdat de kaas en
de smaak van de kaas bepaald.

© 2000 Blackwell Science Ltd *Journal of Internal Medicine* 247: 115–122





Inleiding

Het nastreven van winst en continuïteit is en blijft onze ultieme vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Immers zonder ons bedrijf hebben onze medewerkers geen werk, onze leveranciers geen afnemers, onze klanten geen leveranciers, onze aandeelhouders geen aandelen en de overheid geen belastingafdrachten. Dagelijks maken onze medewerkers afwegingen die invloed hebben op winst en continuïteit van Sligro Food Group.

Ons doel streven wij na door een strategie die erop gericht is een aantrekkelijke partner te zijn voor onze klanten. Onze klant staat voorop, want die zorgt ervoor dat alle andere stakeholders aan 'hun trekken' kunnen komen. Wij zijn van mening dat deze strategie gepaard moet gaan met een aantrekkelijk rendement voor aandeelhouders, 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, 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 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 nadrukkelijk 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.



Profiel Sligro Food Group

In Sligro Food Group zijn foodretail- en foodservicebedrijven actief, die zich direct en indirect richten op de totale Nederlandse markt van de etende mens. Dit geschiedt volgens een multi-channel-strategie met verschillende verkoop- en distributievormen (zelfbediening en bezorging) en via verschillende distributiekanaalen (detailhandel en groothandel).

Foodretail

De foodretailactiviteiten bestaan uit circa 130 full service-supermarkten. Voor de in eigen beheer geëxploiteerde vestigingen wordt de EM-TÉ-formule gehanteerd en voor zelfstandige ondernemers de Golff-formule.

Foodservice

De foodservice-activiteiten bestaan uit twee samenwerkende bedrijfsonderdelen:

- Sligro richt zich via zelfbediening en bezorging vanuit 45 grootschalige zelfbedieningsvestigingen en 10 bezorglocaties op horeca, recreatie, grootverbruikers, bedrijfsrestaurants, pompshops, het midden- en kleinbedrijf en kleinschalige retailbedrijven.
- Inversco-Van Hoeckel richt zich op grootschalige nationale horecaketens en de institutionele markt. In Sligro Fresh Partners zijn de eigen productiefaciliteiten van de Groep geconcentreerd voor gespecialiseerde convenienceproducten, vis en patisserie.

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, opleidingsarrangementen en inspirerende themadagen en workshops. Sligro Food Group heeft haar inkoop van foodretailproducten ondergebracht bij CIV Superunie B.A., die in de Nederlandse supermarktsector een marktaandeel van circa 35% vertegenwoordigt. Vanwege haar omvang en marktpositie 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 schaalvoordelen. Primair klantgerichte activiteiten vinden plaats in de verschillende werkmaatschappijen, terwijl alles achter de schermen centraal wordt aangestuurd. Gezamenlijke inkoop, gecombineerd met een direct en gedetailleerd margemanagement, leidt 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 ICT-systemen, door gezamenlijk vastgoedbeheer en door concern management development. Medewerkers worden gestimuleerd om hun talenten te ontplooiën en zich optimaal te ontwikkelen. Inspiratie, training en ontwikkeling van persoonlijke groei zijn hierbij sleutelbegrippen.



Centraal distributiecentrum en hoofdkantoor Veghel			
Foodretail		Foodservice	
EM-TÉ eigen winkels	Golff franchise supermarkten	Sligro Horeca, recreatie, catering, pompshops, grootverbruik	Inversco-Van Hoeckel Institutioneel, nationale ketens, grootschalige horeca
2 distributiecentra		Landelijk netwerk van 45 zelfbedienings- en 10 bezorggrootverbruik	2 distributiecentra
Sligro Fresh Partners & Productiebedrijven 5 gespecialiseerde productiefaciliteiten voor convenience (CuliVers), vis (SmitVis), en patisserie (Maison Niels de Veye) en vier deelnemingen in versbedrijven			



Sligro Food Group streeft ernaar een constant en beheerst groeiende kwaliteitsonderneming te zijn in al haar activiteiten en voor al haar stakeholders. Over het jaar 2008 is een omzet

gerealiseerd van € 2.168 miljoen met een nettowinst van € 71 miljoen. Het gemiddeld aantal personeelsleden op fulltime-basis bedroeg 5.600.





Visie op MVO

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.

Vorig jaar schreven wij al 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 medewerkers, klanten, partners en leveranciers.

Nog steeds zijn wij er van overtuigd dat duurzame relaties de kwaliteit van samenwerken verhoogt, vertrouwen geeft en een prettige wijze van samenwerken is. Deze duurzame manier van samenwerken levert een hoog rendement en geeft ook de juiste basis voor continuïteit. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is volgens ons een bewuste manier van samenwerken gebaseerd op 'emotioneel willen'.

Bewustwording

Van rationeel moeten naar emotioneel willen, is een thema dat ook past bij de fase waarin wij ons nu bevinden: de fase van bewustwording. Het nadenken en het willen maken van juiste keuzes bedt zich in de organisatie in en daarmee krijgt het maatschappelijk verantwoord ondernemen steeds meer een plaats en een gezicht binnen onze organisatie.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is volgens ons een bewuste manier van samenwerken, gebaseerd op 'emotioneel willen'



Leeswijzer

Opbouw van dit verslag

Vanuit de deelgebieden Mensen, Maatschappij en Meerwaarde beschrijven wij in dit verslag 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.

Sociaal jaarverslag/personele kengetallen

Dit verslag is een combinatie van ons maatschappelijk en sociaal verslag. De kengetallen die het sociaal verslag vormen, zijn gevisualiseerd in landkaartjes. Dit geeft meer inzicht en beleving dan alleen de vermelding van cijfers en kengetallen

over aantallen mannen, vrouwen, fulltimers, leeftijden en ziekteverzuim. Het is een boeiende manier om eens uitgebreid naar onze organisatie te kijken en te vergelijken.

Discussiëren en worstelen

De discussie die wordt gevoerd over een onderwerp vóórdat een besluit wordt genomen, belicht vaak de diverse gezichtspunten van waaruit het kan worden belicht. Wat immers goed is voor het milieu, hoeft niet altijd goed te zijn in het kader van hygiëneregeling of voor de arbeidsomstandigheden. Wat goed is voor onze leveranciers is niet altijd goed voor onze klanten. En ook hard, maar toch echt waar "Er moet wel geld worden verdiend!" Welke argumenten wegen het zwaarst en welk besluit wordt genomen?







Mensen

Het succes van Sligro Food Group wordt gevormd door de inzet en betrokkenheid van bijna 9.500 mensen, fulltimers, parttimers en hulpkrachten. Sligro Food Group voelt zich als werkgever verantwoordelijk voor die medewerkers, hun gezinnen, oud-medewerkers en ook voor allen die weliswaar niet in dienst van Sligro Food Group, maar wel hierbinnen werkzaam zijn, zoals bijvoorbeeld onze chauffeurs, de medewerkers van concessionairs en de onderhoudsmonteurs. Wij realiseren ons heel goed dat we een veeleisende werkgever zijn. Dat moet ook want onze klanten zijn 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. Uiteraard voor wie daar naar op zoek is.

*Wij realiseren ons heel goed
dat we een veeleisende
werkgever zijn*

Werkgelegenheid

Sligro Food Group streeft er gericht naar om een goede en betrouwbare werkgever te zijn. Dat betekent dat continuïteit ook wordt vertaald in langdurige werkrelaties.

Sligro Food Group werkt zo veel mogelijk 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 zelf op te bouwen ontstaan er op alle niveaus in de organisatie boeiende uitdagingen.

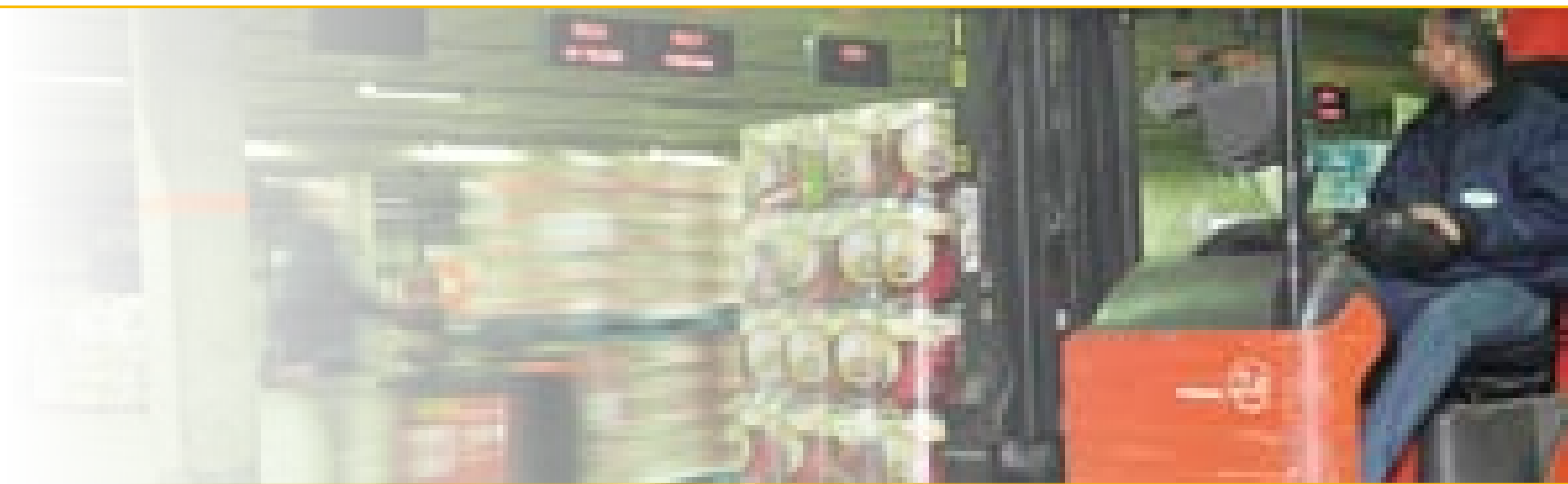
Ook als wij werk uitbesteden, bijvoorbeeld ons vervoer, gaan wij uit van langdurige relaties. Wij eisen wel dat er van beide zijden wordt geïnvesteerd in deze relatie.

Zaken zijn strak geregeld en afspraak is afspraak. Wij zijn van mening dat juist door het strak neerzetten van kaders, mogelijkheden ontstaan om daarbinnen te bewegen. Binnen de kaders is ruimte voor persoonlijk ondernemerschap, en 'best practices' vertalen wij naar algemeen beleid. Centrale sturing zorgt er voor dat deze vertaling vlot en volledig wordt uitgerold, ook over de werkmaatschappijen heen. Op die wijze wordt synergievoordeel snel gerealiseerd. Wij tonen ons daarmee een betrouwbare werkgever en men weet waar men aan toe is. Men 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 onze organisatie betekent ook een groei van het aantal medewerkers. Ook voor de langere termijn voorzien wij een toename van de werkgelegenheid. Uiteraard bewegen wij daarbij ook mee met de economische tijden.

Wij blijven daarom constant alert op goede productiviteitsontwikkelingen en een juiste bezetting van de overhead. Het afgelopen jaar is bijvoorbeeld een reductie gerealiseerd van 10% van de overhead, waaronder de integratie van het voormalig hoofdkantoor van Prisma Food Retail in Putten binnen het hoofdkantoor te Veghel. Dit was mogelijk omdat we onze kleine supermarktformules hebben ondergebracht bij Spar en we meer synergie konden creëren door de ondersteunende activiteiten te integreren met die van EM-TÉ en de overige hoofdkantooractiviteiten. Door zo'n proces vanaf het begin af aan open en helder te communiceren, is door de betrokken medewerkers hieraan op een constructieve wijze meegewerkt. Met de vakbonden was vooraf een sociaal plan overeengekomen wat vooral gericht was op 'van werk naar werk'. Uiteindelijk heeft dit geleid tot de afbouw van 40 fte. Hoewel dit voor medewerkers die al jarenlang deze functies uitoefenden een teleurstellende ervaring was, zijn de werkzaamheden correct overgedragen en is er nauwelijks sprake geweest van arbeidsonrust.





Sligro Food Group presenteert en gedraagt zich als een professionele werkgever. Zaken zijn goed geregeld en worden op een correcte wijze vastgelegd en aan medewerkers bevestigd. Door diverse overheidsmaatregelen leidt dit soms tot wat meer bureaucratiesering dan ons lief is. Wij proberen dat zo veel mogelijk te vermijden en daar waar mogelijk maken wij het de medewerkers makkelijker. Door de inzet van slimme automatiseringstoepassingen is nog veel te verbeteren, evenals de communicatie daarover met medewerkers. Er is een projectgroep opgericht die dit verder onderzoekt en de eerste resultaten zijn veelbelovend. Niet alleen veel efficiencyvoordeel maar juist ook kwaliteitsverbeteringen. De verwachting is dat in de loop van 2009 een en ander uitgewerkt gaat worden en invoering van de diverse systemen in 2010 zal plaatsvinden.

In de loop van 2008 is er een ondersteuningsinstrument aangeschaft dat de werving en selectie van nieuwe collega's ondersteunt. Kandidaten melden zich in toenemende mate via e-mail en internet. Internet is ook een bijzonder geschikt medium om kandidaten te interesseren voor werken bij Sligro Food Group. Wij hebben inmiddels een aantal websites in de lucht www.werkenbijsligro.nl en www.werkenbijemte.nl waar kandidaten zich kunnen melden en hun eigen account kunnen aanmaken, zodat ze op de hoogte blijven van nieuwe vacatures bij Sligro Food Group. Uiteindelijk biedt dit mogelijkheden een eigen database op te bouwen met geïnteresseerde kandidaten en snel en gericht doelgroepen te benaderen bij ontstane vacatures. Een ander groot voordeel van deze manier van werken is dat het vervolg van de communicatie geheel via e-mail kan worden afgewerkt en het hele werkproces gevolgd kan worden.

De samenstelling van het personeelsbestand wisselt sterk per onderdeel. Binnen EM-TÉ werken meer vrouwen en jongeren dan

in de groothandel. Daarmee wordt met de specifieke P&O-aanpak rekening gehouden. De wijze waarop de ene groep gebouwd wordt en betrokken is, is nadrukkelijk anders dan de andere.

Voorbeeld scholieren en studenten

Hulpkrachten zijn meestal scholieren of studenten die in de late middag en vroege avonden een centje bij willen verdienen. Verzoeken uit deze groep op het gebied van stage lopen worden altijd serieus overwogen en daar waar mogelijk creëren wij daar ruimte voor. Behalve dat we gebruik maken van hun specifieke kennis van de werkvloer bij een stage-opdracht, proberen wij op die manier ook een boeiende en meer betekenisvolle werkgever te zijn, juist voor deze groep medewerkers. Ook na afloop van hun studie bieden wij ze de mogelijkheid bij Sligro Food Group te solliciteren. Inmiddels is er ook een initiatief gestart om nauwkeurig in beeld te brengen wat de specifieke achtergrond is van deze hulpkrachten om te bezien of dat ook een interessante talenten-pool op kan leveren.

Voorbeeld Euroflexkrachten

De in 2007 gestarte aanpak met betrekking tot onze Euroflexkrachten heeft in 2008 een vervolg gekregen. Het uitgangspunt is en blijft ook deze groep meer aan ons te binden door ze zekerheid te bieden langdurig ingezet te worden en een aantal duidelijke regels met betrekking tot verlof en de mogelijkheid tussentijds naar huis te gaan. We hebben onze samenwerking uiteindelijk beperkt tot een tweetal bureaus die onze aanpak ook 100% onderschrijven. Er is een flexmanager aangesteld die verantwoordelijk is om de inzet van deze flexkrachten binnen onze organisatie in goede banen te leiden en goed af te stemmen met de bureaus. Er is inmiddels ook al een grote groep Euroflexkrachten die al jaren voor ons werkt.

Opleiding en training, leren en ontwikkelen

Al jaren investeert Sligro Food Group fors in de ontwikkeling van werknemers. In een wereld die constant in beweging is, kunnen en willen wij ook niet stil blijven staan. Ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op en werkzaamheden veranderen. Naast de positieve bijdrage van vakbekwaam personeel aan de ontwikkeling van de organisatie, hebben we ook oog voor de toekomst van onze medewerkers. Door kansen te bieden in ontwikkeling kunnen medewerkers niet alleen groeien in ons bedrijf, maar verhogen ze hun employability (inzetbaarheid in de maatschappij) wat hun toekomst meer zeker stelt.

Kennis, vaardigheden en diploma's worden steeds belangrijker voor medewerkers en daarom moeten mensen zich blijven ontwikkelen. Ook werkgevers hechten in toenemende mate waarde aan het hebben van een diploma. Het is in ieder geval een toets op kennis en of vaardigheden. Het is niet altijd nodig om daarvoor terug te keren naar de schoolbanken binnen het reguliere onderwijs, want veel opleidingen laten zich prima combineren met het dagelijkse werk.

Binnen Sligro Food Group hebben we ruime ervaring opgedaan met de door ons ontwikkelde professionaliseringsmethode waarbij vakgericht werken gekoppeld is aan reguliere MBO-opleidingen. Hierdoor worden medewerkers in staat gesteld landelijk erkende diploma's halen. Alleen al in 2008 behaalden meer dan 200 medewerkers een landelijk erkend diploma op MBO-niveau. De aanpak van Sligro Food Group spreekt zeer tot de verbeelding en wordt binnen de branche gezien als een belangrijk vernieuwend voorbeeld hoe regulier onderwijs en werken kan gecombineerd worden. Ook hiervoor geldt dat we wel bereid moeten zijn een hele bureaucratische machine te laten draaien. De overheid stelt hoge eisen aan de voorwaarden waaronder deze opleidingen gegeven mogen worden. Controle vinden we ook heel terecht, maar het is wel zuur te moeten constateren dat de bureaucratie soms zwaarder moet wegen dan de resultaten. Niet zelden zijn wij in staat om medewerkers voor het in eerst in hun leven een echt diploma uit te reiken als resultaat van hun eigen motivatie en inspanning. De trots van deze mensen op dit resultaat motiveert ons op de ingeslagen weg voort te gaan en daar waar mogelijk in gesprek te gaan met de regelgevers.

Sligro Food Group vindt het belangrijk dat mensen de kans krijgen om zich voortdurend te blijven ontwikkelen. Leren start al op de eerste dag dat een medewerker bij ons binnenkomt. Iedere medewerker heeft een inwerkprogramma, hetzij ge-

standaardiseerd voor veel voorkomende functies, hetzij op maat gemaakt op basis van een modulaire aanpak.

Leren gebeurt niet alleen vanuit een boekje maar vaak gewoon tijdens de dagelijkse werkuitvoering. Bij veel basisopleidingen werken we met praktijkcoaches die gericht een medewerker de kneepjes van het vak bijbrengen en hem helpen vakbekwaam te worden. Deze coaches zijn specifiek getraind op de daarvoor benodigde coachvaardigheden.

In 2008 volgden maar liefst 2.560 medewerkers minimaal één opleiding.

90 verkoopbinnendienst medewerkers van de Sligro Bezorgservices volgden een modulair opgebouwd opleidingstraject. Binnen de Sligro zelfbedieningsvestigingen werden diverse groepen verkoopmedewerkers getraind in verkooptechniek en werden meer dan 100 receptionistes en caissières begeleid in het gastvrij ontvangen van onze klanten.

Ook in foodretail volgden leeractiviteiten elkaar in hoog tempo op. Trainingen en cursussen werden verzorgd op de slagerijafdelingen, binnen de diverse versgroepen en er was veel aandacht voor klantgericht handelen.

Begin januari 2008 is de aftrap verricht voor het professionaliseringstraject van de binnendienstmedewerkers van de Sligro bezorgservice locaties. Deze medewerkers werken nauw samen met de buitendienst en dragen zorg voor een goede communicatie met onze klanten. Omdat deze binnendienstteams met een groot aantal nieuwe taken en werkzaamheden te maken krijgen, is het essentieel om ze goed voor te bereiden en te begeleiden middels training en coaching.

Hiervoor is een modulair opgezet opleidingstraject ontwikkeld dat bestaat uit zeven modules waarin de kennis en vaardigheden van de medewerkers van de klantenteams zijn uitgewerkt.

Onderwerpen die aan de orde komen, zijn klantgericht telefoneren, kennis van de regionale foodservicemarkt, assortimenten en productkennis, omgang met automatiseringssystemen en vele andere vakgerichte aspecten.

Tijdens het opleidingstraject worden de medewerkers gecoacht door de hoofden van de binnendiensten, krijgen de deelnemers pittige huiswerkopdrachten en uiteindelijk worden alle medewerkers individueel getoetst. Het opleidingstraject is afgesloten met een centrale bijeenkomst waarin het bereikte vakmanschap nog eens werd benadrukt en de certificaten werden uitgereikt. Dit professionaliseringstraject sloot uitstekend aan bij het traject dat we in 2007 hebben doorlopen met de buitendienst. Deze twee groepen medewerkers werken in het verlengde van elkaar en kunnen nu prima op elkaar inspelen.



In 2008 zijn de caissières en receptionistes van onze zelfbedieningsgroothandels getraind in klantgerichtheid. Omdat deze medewerkers het visitekaartje van onze groothandelsvestigingen zijn, krijgt met name de rol van 'gastvrouw zijn' grote aandacht: het verzorgen van de werkplek, begroeten en afscheid nemen van klanten en uitstraling van de medewerker. Ook leren de caissières en receptionistes op heldere wijze informatie geven, te luisteren, op toonzetting te letten en door te vragen en adequaat om te gaan met lastige situaties aan de receptiebalie of aan de kassa.

Stages en contacten met het reguliere onderwijs

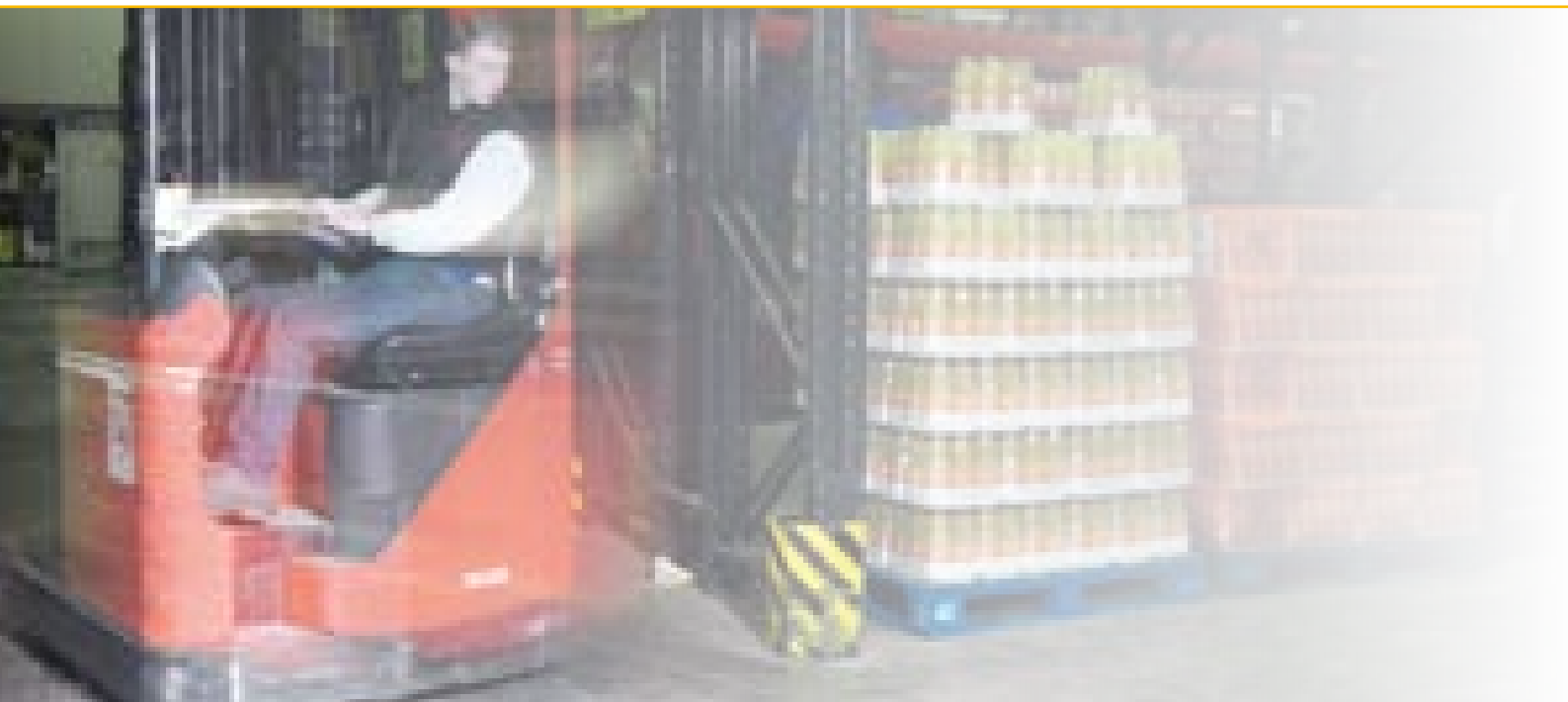
Sligro Food Group heeft een gericht stagebeleid waarin planmatig met stagiaires wordt omgegaan. Zowel op MBO, HBO als universitair niveau heeft Sligro Food Group goede contacten met het reguliere onderwijs. Enerzijds biedt dat ons de mogelijkheid jonge mensen te interesseren voor onze organisatie, anderzijds kunnen wij op deze wijze van elkaar leren. Wij geven excursies, gastlessen en werken mee aan speciale projecten.

In toenemende mate zien wij belangstelling van afgestudeerden om bij ons te kunnen komen werken, stage te lopen of afstudeerprojecten bij ons te doen. Bovendien helpt het ons om ons imago van toonaangevend bedrijf te vestigen en proberen

wij het onderwijsveld te interesseren voor onze bedrijfstak en Sligro Food Group in het bijzonder. Op brancheniveau proberen wij een bijdrage te leveren aan het contact met onderwijsinstellingen om de afstand tussen school en praktijk te verkleinen. Vanuit de CAO-partijen is een werkgroep 'best practice' opgericht en Sligro Food Group levert daar een zeer actieve bijdrage aan. Eén van de activiteiten van deze werkgroep is contact leggen met het onderwijsveld. Gelet op de aansprekende aanpak van Sligro Food Group wordt onze aanpak naar voren geschoven als voorbeeld.

Prewerving

Sligro Food Group is partner in education van Fontys Hogescholen. Dit betekent concreet dat er samen met de onderwijsinstelling actief wordt gezocht naar win-win situaties. Dit leidt tot een zeer goede invulling van afstudeerplekken en praktijkstages. Binnen de eigen ICT-afdeling van Sligro Food Group zijn altijd meerdere HBO-studenten actief die onderzoek doen naar nieuwe innovatieve toepassingen voor Sligro Food Group of concrete ontwikkelopdrachten uitwerken. Op deze wijze draagt Sligro Food Group bij aan de ontwikkeling van de studenten en zorgen we voor de injectie van innovatieve en up-to-date kennis in onze organisatie



Betrokkenheid en binding

Professionaliteit betekent 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.

Medewerkersparticipatie

Onze doelstelling is 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'. Het aandeelhouder zijn speelt daarin een belangrijke rol.

Het gaat daarbij niet alleen om het bezitten van aandelen. 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, als bijdrage aan een laag ziekteverzuim. In beide gevallen leidt dat tot een aandelenbezit als resultaat van de eigen prestatie. Over 2008 werd aan onze medewerkers een bedrag van € 2,8 miljoen als winstdeling in

aandelen uitgekeerd. Volgens onze informatie bezitten de medewerkers van Sligro Food Group 1.349.000 aandelen, iets meer dan 3% van het aantal uitstaande aandelen, waarvan er 228.000 in bezit zijn van de leden van de directie. Jaarlijks in april geven wij een extra 'slim' (medewerkersinformatiemagazine) uit, een uniek magazine waarin alle actuele informatie m.b.t. onze medewerkersparticipatieregelingen op toegankelijke wijze wordt beschreven.

Medewerkersactiviteiten

Sligro Food Group is sterk gegroeid. Voor wat betreft de medewerkersactiviteiten betekent dit méér dan alleen een toename van het absolute aantal en een andere schaalgrootte. Door de groei zijn ook grotere verschillen ontstaan in werkwijzen, regionale spreiding, werksfeer, leeftijdsopbouw en geloofsovertuiging. Hierdoor worden ook de onderlinge verschillen tussen groepen collega's groter en is het steeds moeilijker om vanuit één personeelsverenigingsaanpak in de behoefte van allen te voorzien. Juist omdat wij het 'thuis voelen' bij Sligro Food Group in zijn algemeenheid en bij de eigen bedrijfsactiviteit in het bijzonder zien als een succesbepalende factor, is er gestart met een nieuwe opzet.

Zo zijn de personeelsverenigingen in de formele zin opgeheven en wordt een en ander centraal gecoördineerd en aangestuurd. De verantwoording voor de uitvoering en organisatie is echter nadrukkelijk in handen van de vestigingsdirecteur, -manager of het afdelingshoofd.

Het terugdringen van ziekteverzuim is dan ook een gezamenlijk belang van werknemer en werkgever

Omdat Sligro Food Group er zeer veel belang aan hecht dat haar medewerkers elkaar ook in een andere omgeving dan de werkomgeving ontmoeten en samen een activiteit ondernemen, dragen wij hiervan de kosten. Activiteiten zijn altijd gericht op samen iets echt doen, en samen echt iets beleven. Alleen maar eten en feesten is dus onvoldoende. Veel voorkomende activiteiten zijn bowlingwedstrijden, puzzeltochten, outdooractiviteiten en altijd gecombineerd met een hapje en een drankje. Vanzelfsprekend vinden deze activiteiten uitsluitend plaats bij een Sligro-klant.

sliM

Sinds januari 2007 heeft Sligro Food Group een medewerkersmagazine genaamd 'sliM'. Voordat sliM verscheen kende Sligro Food Group de Sligroscop als personeelsblad. Omdat wij de afgelopen twee jaar bijzonder zijn gegroeid en het aantal medewerkers bijna is verdubbeld, is er extra aandacht voor de betrokkenheid van medewerkers bij het bedrijf. sliM is begonnen als een P&O en Salarisadministratie nieuwsbrief en gedurende de loop van de tijd uitgegroeid tot een lekker leesbaar magazine. sliM is vooral bedoeld om op een laagdrempelig niveau mensen te informeren en ook de mens achter de medewerker te belichten.

De bedoeling is om naast het informeren van de medewerkers ook het thuisfront informatie te verschaffen over wat er zoal in de organisatie gebeurt. Wij sturen sliM dan ook maandelijks mee met de salarisstroom naar het huisadres. Uit de vele reacties kunnen we opmaken dat dit blad zeer gewaardeerd en intensief gelezen wordt. Ook de leden van de Sligro Senioren Club ontvangen sliM.

Jubilarissenviering

Sligro Food Group hecht sterk aan langdurige relaties. Dat geldt voor klanten, leveranciers, partners waarmee wordt samengewerkt en natuurlijk voor onze 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 Food Group een vanzelfsprekend onderdeel van iemands leven en dus meer dan alleen maar een plaats waar je de 'kost verdient'.

Wij geven veel aandacht aan jubilarissen, zowel aan de persoon zelf door middel van brieven, een bonus en diverse cadeaus, als ook op de werkplek waar een feestelijk moment wordt georganiseerd. Hierbij is zo veel mogelijk een lid van de directie aanwezig.

Het tonen van die betrokkenheid heeft daarmee uiteraard ook zijn uitwerking op de overige medewerkers.

Jaarlijks wordt er een feestavond georganiseerd voor alle jubilarissen en hun partners, waarbij directies aanwezig zijn en allerlei andere vertegenwoordigers vanuit de organisatie, zoals

de Ondernemingsraad. De opzet is de jubilarissen in het zonnetje te zetten en dit wordt door hen als overweldigend ervaren, precies de beleving waarnaar wij op zoek zijn.

Sligro Senioren Club

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 hebben vaak een jarenlang dienstverband gehad 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 activiteiten voor haar leden en levenspartners. Wij stimuleren dit en faciliteren deze activiteiten in de breedste zin van het woord. Het is een uitdaging deze activiteiten met een groter wordende groep over het land verspreide ex-medewerkers vorm te blijven geven. Een vertegenwoordiger van de gepensioneerde medewerkers is tevens lid van het bestuur van het ondernemingspensioenfonds.

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 in plaats 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.

Zo zijn onze manieren

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 met gedragsregels die gelden voor alle medewerkers. Basis voor dit gedrag is respectvol met elkaar omgaan, rekening houdend met eenieders achtergrond. Iedere medewerker ontvangt bij aanvang van de arbeidsover-

eenkomst een Personeels Informatie Map: P.I.M. Naast algemene informatie over het werken bij Sligro Food Group, zijn in deze map diverse belangrijke arbeidsvoorwaarden, waaronder de pensioenregeling, de winstdelings- en aandelenregelgeving toegelicht. Wij zijn op zoek naar meer eigentijdse en dus digitale manieren om medewerkers op de hoogte te houden van veranderingen en aanpassingen van regels. Dit past ook zeker beter bij de doelgroep 'jongeren' die in groten getale binnen Sligro Food Group zijn vertegenwoordigd. Daarmee worden er ook andere mogelijkheden geboden voor leren en informeren. In de loop van 2009 zullen de eerste plannen worden besproken en verder uitgewerkt.

Corporate governance en gedragscode

Sligro Food Group neemt een belangrijke maatschappelijke positie in, waarbij onze medewerkers het visitekaartje zijn voor 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 worden 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, te melden aan de vertrouwenspersoon. 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 NV op 25 januari 2005 en goedgekeurd door de Raad van Commissarissen van Sligro Food Group NV op 25 januari 2005. De volledige gedragscode is gepubliceerd op de website van Sligro Food Group NV: www.sligrofoodgroup.nl, onder corporate governance.

Verskillende bedrijfsculturen in één organisatie

Sligro Food Group is een snelgroeiende organisatie. In 1998 bedroeg het aantal medewerkers nog zo'n 1.500, in 2006 was dat ruim 5.000, waarvan ongeveer 3.500 fulltime en in 2008 groeiden wij door naar ruim 9.500 medewerkers. Een belangrijk deel van deze groei is door overnames ontstaan en in 2007 uiteraard door de overname van Edah en de opening

van EM-TÉ supermarkten.

Wij zijn er van overtuigd dat onze basiscultuur zoals ondernemerschap, open en eerlijke communicatie (en dus de confrontatie niet schuwen), costleadership, probleemeigenaar in plaats van signaleerder, niet praten maar gewoon dóen en het vermijden van status aan de basis ligt van ons succes. In veel van onze opleidings- en trainingsprogramma's komen deze waarden en normen nadrukkelijk aan de orde.

Met de groei neemt ook de behoefte aan formalisering van structuur en kaders toe. Niet alleen met betrekking tot eenduidige werkwijze, maar ook ten behoeve van het beheersbaar en controleerbaar houden van de organisatie. Deze structureringsfase is nieuw en wij zullen er op moeten toezien dat dit geen onnodige bureaucratie in de hand werkt. Deze fase is echter noodzakelijk om te kunnen doorgroeien naar een nog professionelere organisatie.

Een geheel ander aspect van cultuur is dat in toenemende mate medewerkers van allochtone afkomst zijn. Wij vinden dat gelet op de diversiteit die er in de samenleving bestaat ook een logisch gevolg en heten deze groep medewerkers dan ook van harte welkom. Uiteraard vinden wij het vanzelfsprekend dat zij zich aan de organisatie aanpassen net zoals wij het ook vanzelfsprekend vinden dat wij rekening houden met en respect hebben voor hun achtergrond. Wij willen dat er Nederlands wordt gesproken maar wij bieden ook de mogelijkheid voor Moslims om te bidden, uiteraard in hun eigen tijd waarvoor de pauzes tussendoor goed gebruikt kunnen worden.

In 2008 hebben wij tijdens de ramadan een Iftar maaltijd georganiseerd in Veghel samen met een plaatselijk vrouwelijk moslimcomité. Voorafgaand aan de maaltijd is er een toelichting gegeven over het hoe en waarom van de Ramandan en wij hebben iets kunnen melden over onze visie op ons beleid. Behalve dat dit initiatief landelijke aandacht heeft gekregen, onder andere op televisie, was deze bijeenkomst zeer inspirerend. We hebben een platform 'de Multiculturele Sligro samenleving' waarin dergelijke initiatieven worden bedacht. Deze groep bestaat uit medewerkers van diverse achtergronden. Wij problematiseren de multiculturaliteit niet maar willen juist de leuke en inspirerende kanten laten zien. Wij spreken dan ook niet van een diversiteitsbeleid, maar van een inclusiviteitsbeleid ofwel het vanzelfsprekend maken van de verschillen in achtergrond en het hebben van respect voor ieders eigenheid en respect voor de waarden en normen van Sligro Food Group. Onze jarenlange traditie van het overnemen van andere bedrijven en daar-

Professionaliteit betekent oog hebben voor de medewerker als mens



mee de integratie van andere (bedrijfs-)culturen heeft ons op dat gebied veel ervaring gebracht.

Oost-Europese flexkrachten

Zoals zoveel bedrijven ontkomen wij binnen onze logistieke operatie niet meer aan de inzet van Europese flexkrachten. Deze komen momenteel hoofdzakelijk uit Polen, maar de verwachting is dat op termijn ook medewerkers uit andere (Oost-) Europese landen worden ingezet. Zo is er al een aantal mensen werkzaam uit Oekraïne en Wit-Rusland. Sligro Food Group-breed zijn er zo'n 200 Oost-Europese medewerkers werkzaam.

Het lijkt voor de hand te liggen om deze medewerkers flexibel in te zetten. Veel als het druk is en minder in minder drukke tijden. Wij kijken hier toch anders tegenaan. Net als met vaste medewerkers willen wij ook deze mensen - binnen bepaalde grenzen - aan ons binden. In 2007 is het project P.E.K. (Professionalisering Europese Flexkracht) in het leven geroepen. Eén van de uitgangspunten hierbij is dat wij de flexkracht op voorhand voor 26 weken werk garanderen. Dit geeft voor beide partijen zekerheid. Tevens wordt de mogelijkheid geboden om tussentijds één- of tweemaal per 26 weken naar het thuisland te gaan. Zo creëren we ook hier net als met onze vaste medewerkers een goede en plezierige binding met het thuisfront. De intentie van Sligro Food Group voor de toekomst is om ook deze medewerkers in aanmerking te laten komen voor de training P.D.V. (Professioneel Distributie Vakman).

2008 stond in het teken van verdere professionalisering en intensivering van de samenwerking met de uitzendorganisaties. Speciaal hiervoor heeft Sligro een P&O-functionaris van Poolse afkomst aangenomen die dit proces coördineert en bewaakt. Om onze visie te laten aansluiten op de wensen van de Poolse medewerkers, hebben we eind 2008 een enquête gehouden onder alle Poolse uitzendkrachten die voor ons op dat moment werkzaam waren. Hierin zijn zaken onderzocht die betrekking hebben op het gewenste aantal weken verlof cq. het maximaal aantal aaneengesloten werkweken. De uitkomst hiervan was voor ons een bevestiging dat we op de juiste weg zitten.

Alle Euroflexkrachten worden verloond volgens de CAO die bij Sligro van toepassing is.

Gezondheid en veiligheid

Gezondheidsbevordering

Gezond leven is vooral de verantwoordelijkheid van een medewerker zelf. Iedereen maakt daarin eigen keuzes. Natuurlijk mag iemand aangesproken worden op ongezond overgewicht, over ongezond leven en te weinig sporten. Op talloze manieren proberen wij een gezonde levensstijl te ondersteunen. Bij al onze logistieke basisopleidingen is op een verstandige wijze fysieke arbeid verrichten een belangrijk thema. Medewerkers worden daar niet alleen op gewezen maar ook op getraind en



op geëxamineerd.

Ook bij de inrichting van onze magazijnen wordt rekening gehouden met de fysieke aspecten en proberen we belasting voor de medewerker zo veel als mogelijk is te beperken.

Wij stimuleren werkoverleg binnen alle onderdelen van onze organisatie. Wij zien dat als een uitstekende mogelijkheid om zaken als werkbelasting te bespreken. Uiteraard komt dit onderwerp ter sprake tijdens individuele gesprekken en op de momenten waarop wij met mensen in gesprek zijn over de resultaten van hun functioneren.

Door ludieke acties en feestelijke activiteiten te organiseren, maken we er geen probleem van maar wel een kans. Het afgelopen jaar hebben wij een actie gedaan 'op de fiets naar het werk' en hebben wij een Sligro familiedag georganiseerd die in het teken stond van prettig bewegen en een gezonde levensstijl. Ook op individueel niveau bieden wij aan te ondersteunen bij stoppen met roken, afvallen of lifestyle vragen.

In onze bedrijfsrestaurants bieden wij gratis fruit aan en hebben wij een keur aan gezond voedsel ter beschikking. Natuurlijk is de oer-Nederlandse KERN-kroket niet weg te denken uit ons assortiment. Wij hebben een positief stimulerend beleid ten aanzien van gezond eten, maar mensen moeten daarin hun eigen keuzes maken. Immers genieten mag maar soms wel met mate. Dit beleid wordt door onze medewerkers zeer gewaardeerd.

Binnen Sligro Food Group hebben wij er een gewoonte van gemaakt om lekker hard te werken. Het goed volgen of de medewerker dat ook aan kan, is dan heel belangrijk.

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 zelf, 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, 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, kan worden hervat. Daarbij richten wij ons op wat mensen wél kunnen in plaats van hun onmogelijkheden door de tijdelijke beperking als gevolg van ziekte of blessure. Hierin heeft de medewerker een actieve en niet vrijblijvende rol. Zowel Sligro Food Group als de medewerker dienen voldoende reïntegratie-inspanningen te hebben verricht.

Onze bedrijfscultuur kenmerkt zich door een sterke betrokkenheid van de medewerkers.



Wij sloten 2008 af met een ziekteverzuimpercentage van 4% waarmee we onze eigen doelstelling van 3,5 % niet haalden. Voor 2009 hebben wij in overleg met de Ondernemingsraad de norm wederom vastgesteld op 3,5%.

In samenwerking met onze zorgverzekeraar hebben we een zorgnetwerk ingericht voor onze medewerkers. Voor veel komende gezondheidsproblemen hebben wij daarmee een snelle extra voorziening tot onze beschikking waardoor mensen al in een vroeg stadium de noodzakelijke hulp kunnen krijgen. Dit varieert van maatschappelijk werk en psychotherapie tot aan fysiotherapie en herstelbegeleiding. Daar waar mensen betrokkenheid en verantwoordelijkheidsgevoel tonen, past ook een goede ondersteuning vanuit de organisatie.

Regeling 'Gezond zijn, gezond blijven'

Wij willen graag de medewerkers die er altijd zijn belonen. Dat gebeurt door ieder kwartaal een groot aantal prijzen te verloten onder de medewerkers die niet ziek zijn geweest. Medewerkers die een half of heel jaar niet ziek zijn geweest, ontvangen extra aandelen in het kader van de winstdelingsregeling.

Maandelijks worden verzuimcijfers gepubliceerd en het beperken van het ziekteverzuim maakt deel uit van de targets van de verantwoordelijke leidinggevendenden.

Uiteraard leidt dit binnen de organisatie regelmatig tot discussies. Juist dat is ook de bedoeling. Ziekteverzuimgedrag en

gezond blijven willen we graag onderwerp van gesprek laten zijn. Ook het elkaar daarop aanspreken hoort daarbij en onze kwartaalverloting is daarvoor een goede drager.

Roken of niet roken

Al sinds jaar en dag, lang voordat het door de overheid verplichtend werd opgelegd, zijn onze werkplekken rookvrij. Medewerkers die willen stoppen met roken en daarbij hulp willen in de vorm van acupunctuur of andere ondersteunende therapieën kunnen daarvoor bij ons aankloppen. Wij wijzen ze de weg en vergoeden in veel gevallen de kosten. Wij hebben er echter ook op nagenoeg alle locaties voor gezorgd dat er ook een plaats is waar mensen wel kunnen roken, anders dan door buiten te gaan staan. Behalve dat we het niet erg gastvrij vinden als er bij de ingang van onze panden wordt gerookt en klanten of gasten door een rookgordijn naar binnen moeten, vinden we dat ook geen prettige omstandigheid voor de medewerker. Roken of niet roken is de verantwoordelijkheid van de medewerker zelf, maar rekening houden met de ander staat voorop. Daarvoor hadden wij geen wettelijke maatregelen nodig, dat hebben we samen opgelost en dit wordt breed gedragen.

Sligro in beweging

Op zondag 1 juni 2008 kwam 'Sligro in beweging'. Dit was een activiteit voor medewerkers van Sligro Food Group en hun gezin waarbij de nadruk lag op actief bewegen en gezondheid.

Op deze dag hebben zij, na een gezamenlijke warming up, een fiets- of wandeltocht gemaakt in Veghel en directe omgeving. Onze verzekeringspartner VGZ heeft informatie verzorgd met betrekking tot gezond leven. De dag werd afgesloten met een gezamenlijke gezonde barbecue.

150 AED's voor Sligro Food Group

Alle locaties van Sligro Food Group worden voorzien van een AED, een Automatische Externe Defibrillator. Het apparaat wat het reanimeren bij hartstilstand ondersteunt, wordt geplaatst in elke Sligro groothandelsvestiging, alle EM-TÉ Supermarkten, distributiecentra, productiebedrijven en het hoofdkantoor in Veghel.

Na een succesvolle pilot is de uitrol in november 2008 van start gegaan en zijn de eerste locaties voorzien. Uiteindelijk zullen alle Sligro Food Group-locaties beschikken over een AED én over opgeleide medewerkers. Daarvoor worden de 800 BHV-ers van Sligro Food Group opgeleid om met het apparaat te werken. Elk jaar wordt de kennis en vaardigheid getoetst.

Hiermee helpt Sligro Food Group de keten van overleving te versterken en ook daadwerkelijk levens van klanten, gasten en medewerkers te redden.

Veilig werken

Onderdeel van ons gezondheidsbeleid is het zorgdragen voor een veilige werkomgeving. Er is een VGWM-commissie (Veiligheid, Gezondheid, Welzijn en Milieu) die tweemaandelijks bij elkaar komt en de relevante zaken met elkaar bespreekt. Ook bedrijfsongevallen worden besproken en met name beoordeeld op de aspecten die ongevallen moeten voorkomen. Er is op alle locaties voorzien in bedrijfshulpverlening en op grote locaties is een riskmanager opgeleid die de besluitvorming ter

plekke organiseert, inspecties van materiaal uitvoert en vluchtplannen en dergelijke controleert. Jaarlijks worden er nieuwe mensen opgeleid en vinden er herhalingscursussen plaats. Er zijn Risico Inventarisaties uitgevoerd en beschreven, en er is een procedure ontwikkeld om deze actueel te houden. Ieder distributiecentrum heeft een verkeersplan. Hoewel op sommige onderdelen de wetgeving wel heel strenge maatregelen afdwingt, vinden we dat we, uit het oogpunt van veiligheid, daarin streng in de leer moeten zijn.

Op brancheniveau wordt er gewerkt aan een zogenaamde Arbo-catalogus. Sligro Food Group levert hieraan een actieve bijdrage. Thans zijn wij meer gehouden aan algemene richtlijnen en bij toetsing in een aantal gevallen overgeleverd aan enige willekeur van de arbeidsinspectie.

Gasdetectie zeecontainers

Het zogenaamd 'vergassen' van zeecontainers en het onwel worden van mensen na het openen van zo'n zeecontainer is in 2008 regelmatig in het nieuws geweest. In deze containers wordt onder andere methylobromide gebruikt om ongedierte en virussen uit Azië, Zuid- en Midden-Amerika te weren. Er wordt echter vaak méér dan de toegestane hoeveelheid gebruikt, of het ontgassen van de containers gebeurt niet volledig. Daarom eisen wij van onze leveranciers een Fumigation- of Non-Fumigationverklaring. Omdat wij vinden dat wij ook zelf een verantwoording hebben voor de gezondheid van onze medewerkers, is besloten om te investeren in een gasmeter waarmee alle aangevoerde containers vóór opening doorgemeten worden op aanwezigheid van schadelijke gassen. Bij het ter perse gaan van dit verslag is er de verwachting dat minister Cramer dit jaar (2009) nog met beperkende regelgeving komt.



Wij problematiseren multiculturaliteit niet maar willen juist de leuke en inspirerende kanten laten zien

PINnen en veiligheid

In september 2008 startte de supermarktcampagne 'Klein Bedrag PINnen Mag'. Ook wij participeerden hierin met onze formules EM-TÉ en Golff. In de supermarktbranche wordt meer dan een derde van het totaal aantal PINtransacties in Nederland verricht. Het aantal PINtransacties in de supermarkt is sindsdien met 13% gestegen, aldus het CBL. Vooral de kleine bedragen worden in toenemende mate met PIN betaald. De gezamenlijke branche is daarom erg blij met de resultaten van de campagne. Hoe minder contant geld in de winkel, des te veiliger het is. Juist in een periode dat supermarkten steeds vaker doelwit worden van overvallers, is het belangrijk deze resultaten te communiceren. Hopelijk draagt dit bij aan een blijvend veilige omgeving voor onze medewerkers en onze klanten.

Diefstalpreventie

Voor onze medewerkers in de supermarkten en in de groothandels hebben wij een opleiding 'preventie'. Deze training gaat in op diefstalpreventie en wat te doen bij een overval. Wij leren onze medewerkers vooral om niet heldhaftig te zijn, hun eigen veiligheid staat centraal. Daarnaast reiken we ze enkele gedragsregels aan die overvallen kunnen voorkomen. In onze procedures rondom kassa-afhandelingen zitten allerlei regels die duidelijk moeten maken dat er weinig cash geld beschikbaar is. Grotere bedragen worden direct afgestort, pinbetalingen en automatische incasso's worden gestimuleerd en er wordt niet rondgelopen met kassaladen gedurende openingstijden. Klantvriendelijkheid blijkt in de praktijk veel diefstal te voorkomen, want een klant of dief die persoonlijk is opgemerkt, zal niet gemakkelijk in anonimiteit zijn slag slaan.

We beschikken over een eigen afdeling beveiliging die veel werk verricht op het gebied van preventie en toezicht ook te hulp schiet als zich op locaties bijzondere situaties voordoen. Meestal in overleg met de plaatselijke politie wordt een plan opgesteld en worden afspraken gemaakt. Ook worden in geval van een ernstig gevoel van onveiligheid externe beveiligers ingezet bij het openen en sluiten van vestigingen.

Op alle locaties beschikken wij over een uitgewerkt cameraplan. Op de eerste plaats werkt dat zeer preventief, maar wanneer zich wat heeft voorgedaan beschikken we over beelden die het opsporen van daders vergemakkelijkt, zo is in de praktijk bewezen. Uiteraard wordt de beveiliging regelmatig geëvalueerd en zo nodig aangepast aan nieuwe omstandigheden. Onze visie is wel dat een overdaad aan beveiligingsmaatregelen in veel gevallen helemaal geen veilig gevoel oplevert. Een goede balans tussen maatregelen en klantvriendelijkheid levert veel meer op.







Personele kengetallen 2008

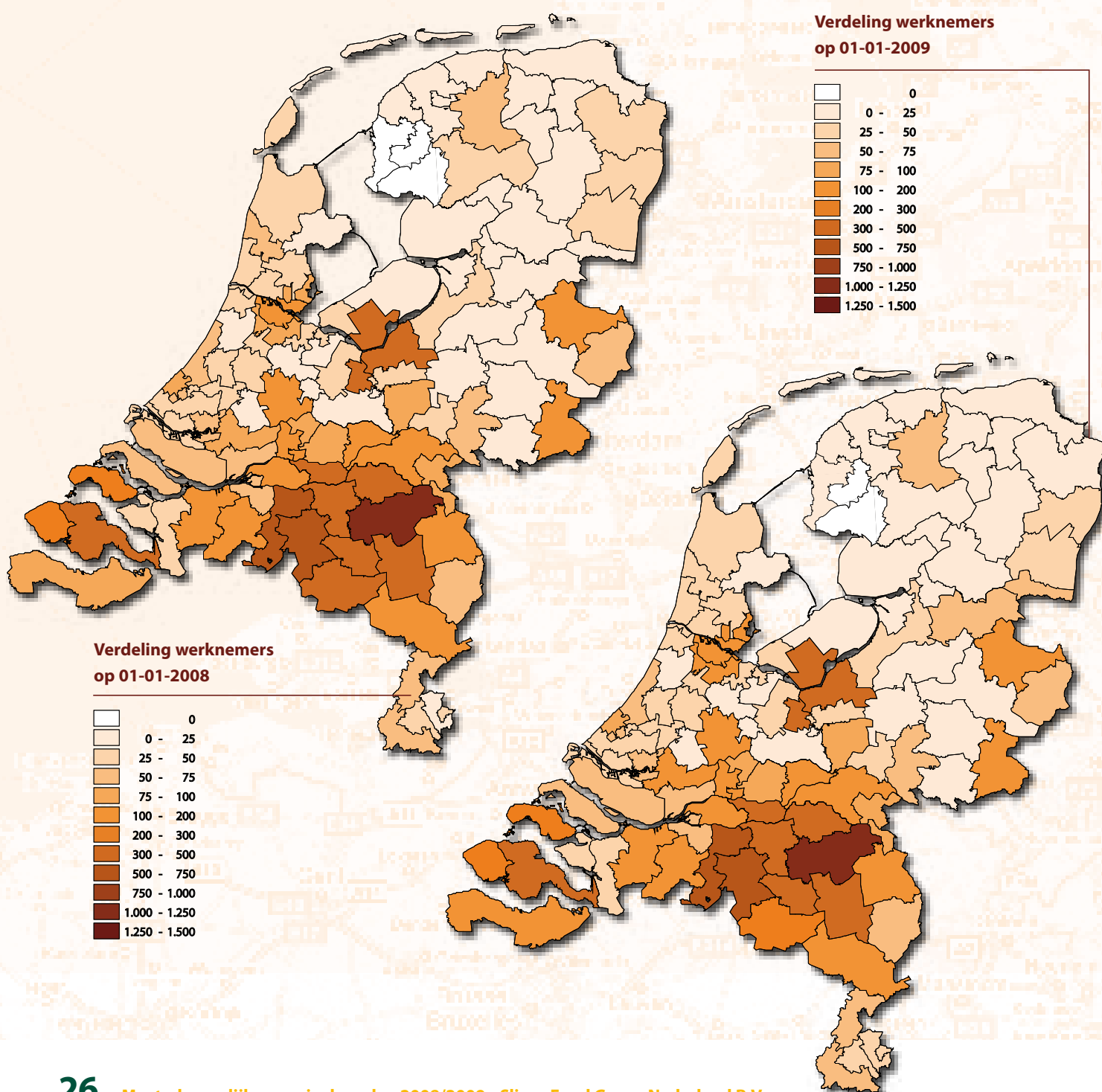
Onze personele kengetallen hebben wij opgenomen in dit maatschappelijk en sociaal verslag. Geïnspireerd door de Bos-atlas hebben wij er voor gekozen om de personele kengetallen grafisch weer te geven. Bij de gebruikte landkaartjes is de plaats waar de medewerker werkt (zijn standplaats) als uitgangspunt genomen. Een andere, uitnodigende manier om naar onze organisatie te kijken.

Aantal werknemers

Spreiding medewerkers

In 2008 hebben we als gevolg van de verkoop van EM-TÉ winkels een afname kunnen zien van het aantal medewerkers. De meeste EM-TÉ 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 2008 is toegenomen.

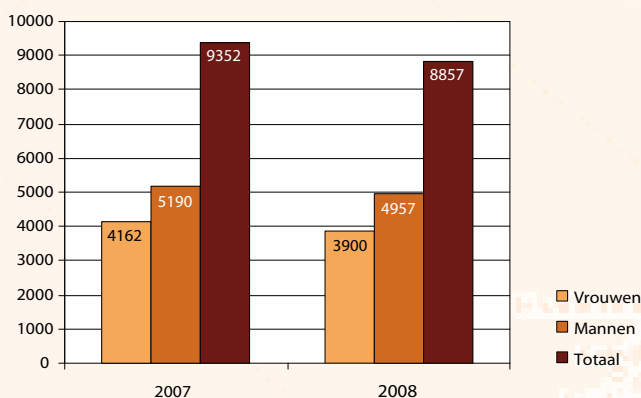


Mannen en vrouwen

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

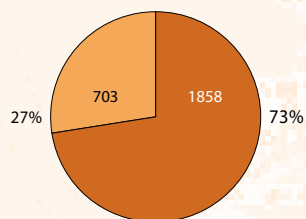
Daar werken vrouwen vooral op de kassagroep en receptie. De grafiek en taartdiagrammen op deze pagina geven de procentuele verhouding weer binnen Sligro Food Group verdeeld over de verschillende bedrijfsonderdelen.

Totaal aantal werknemers, vrouwen en mannen

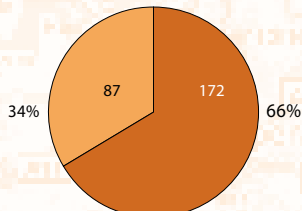


Verhouding man - vrouw

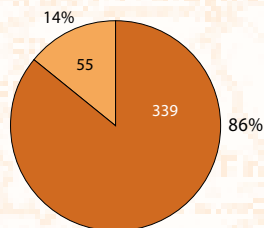
Foodservice



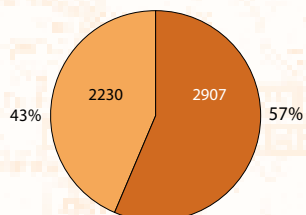
Productiebedrijven



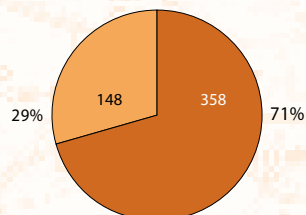
Centraal DC Veghel



Foodretail



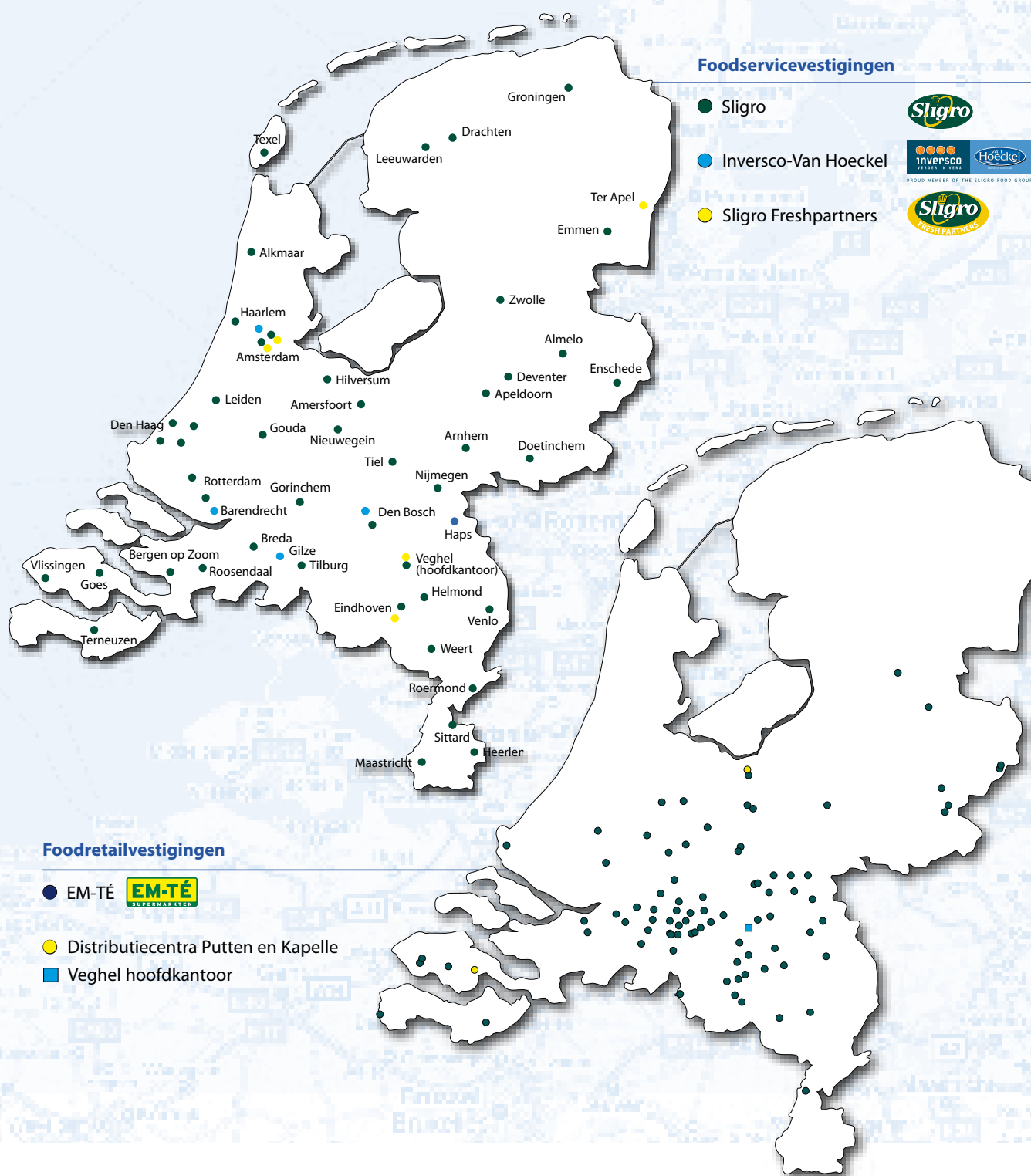
Hoofdkantoor Veghel



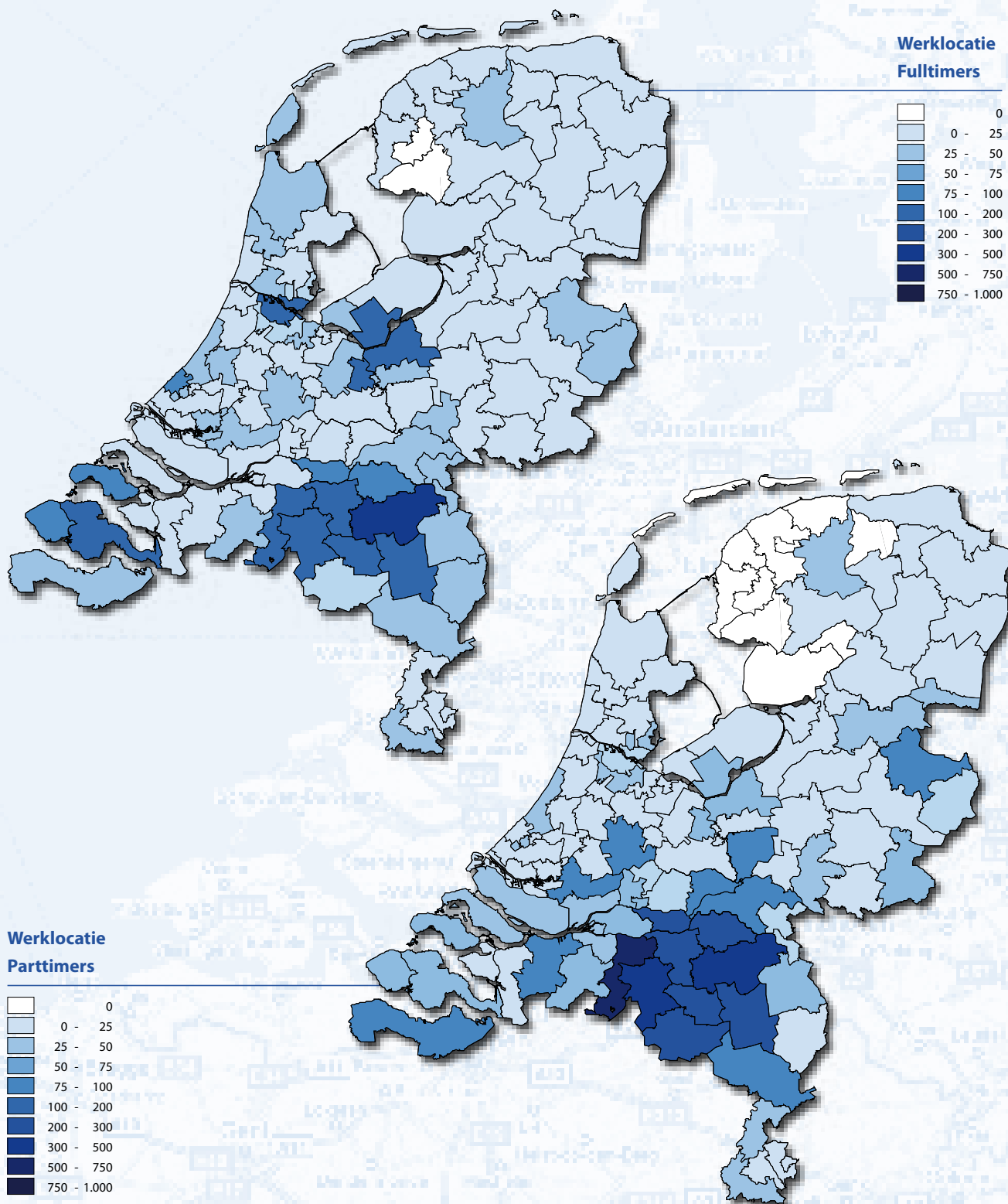
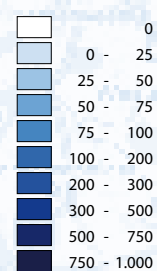
Verdeling fulltimers en parttimers

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-

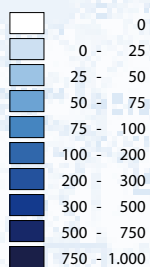
centra met avond- en zaterdagploegen, jongeren die nog studeren maar bij ons werken voor hun bijverdiensten.



Werklocatie Fulltimers



Werklocatie Parttimers



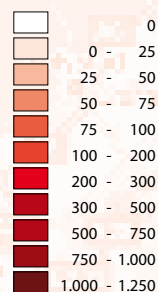
Verdeling werknemers over bedrijfsactiviteiten

Foodretail en Foodservice

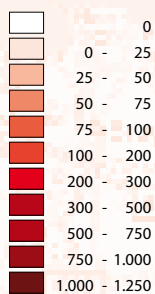
In onderstaand overzicht is te zien dat we onze EM-TÉ supermarkten geografisch geconcentreerd hebben. Dit biedt mogelijkheden voor mobiliteit en snelle ondersteuning. De overige

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.

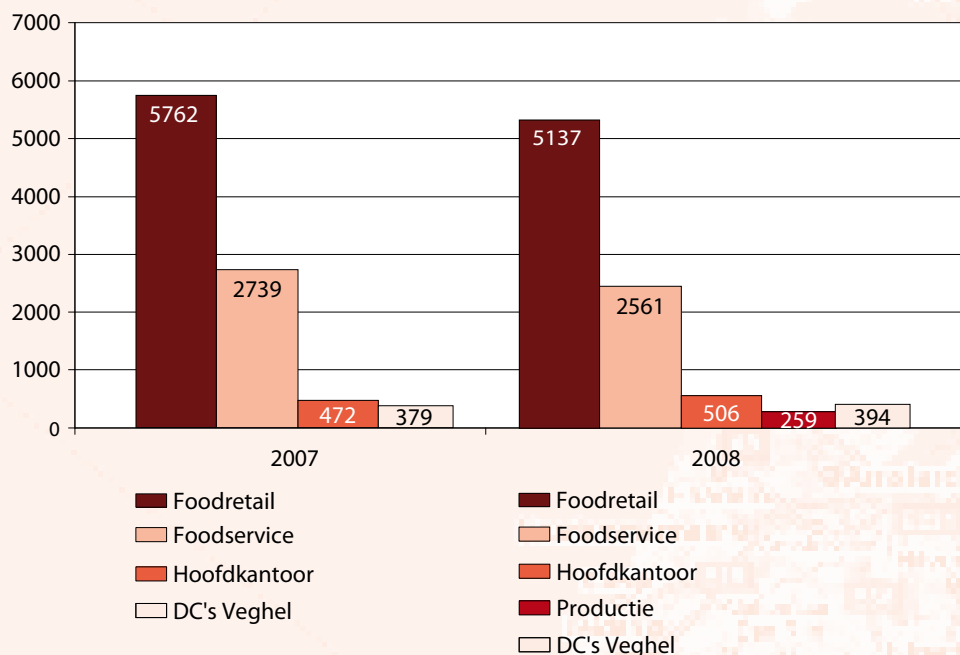
Werklocatie
Foodretail-medewerkers



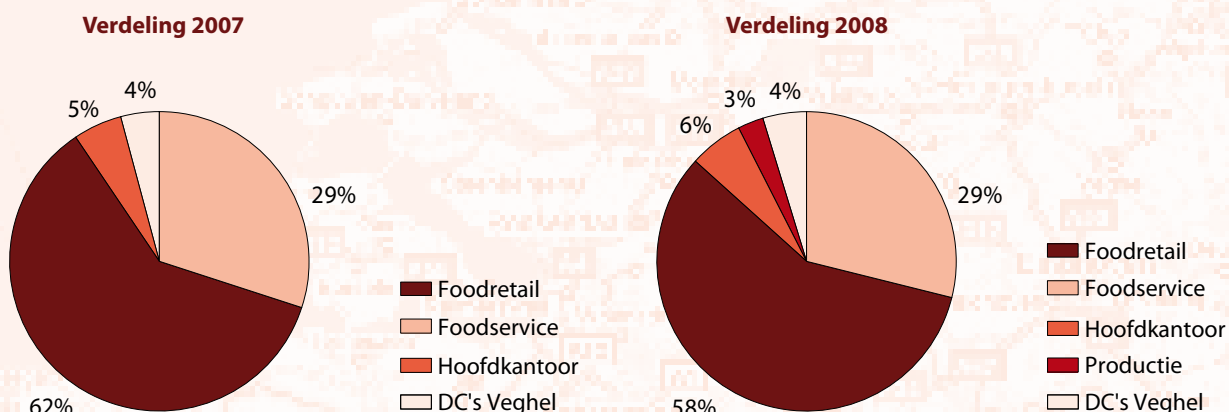
Werklocatie
Foodservice-medewerkers



Aantal medewerkers per activiteit



Verdeling werknemers over Foodretail, Foodservice, Hoofdkantoor en DC Veghel

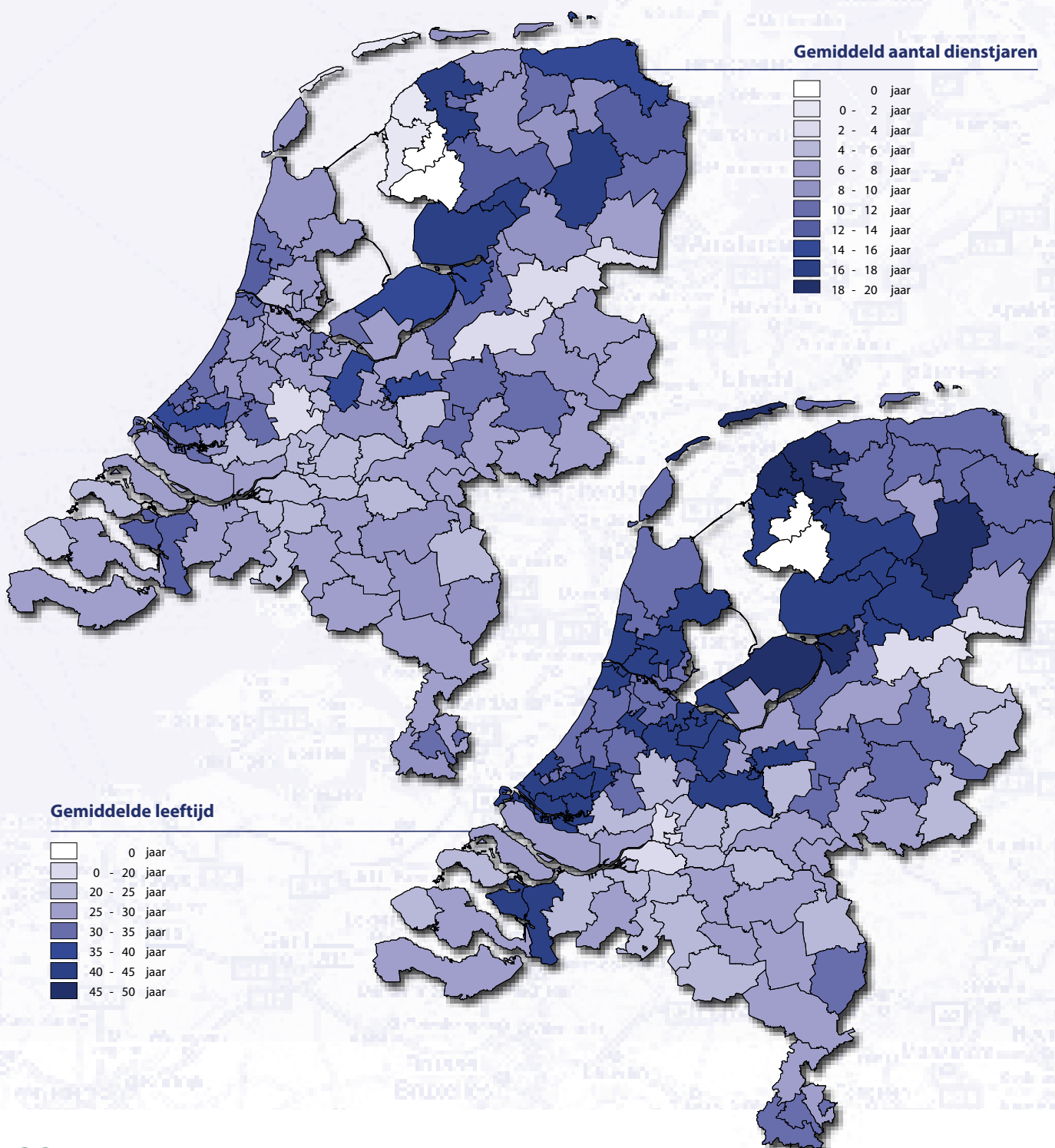


Leeftijd en dienstjaren

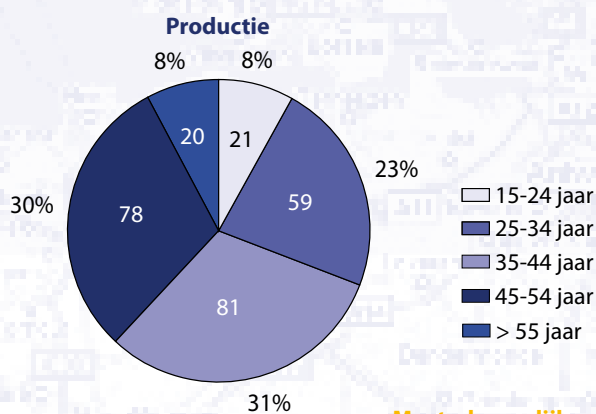
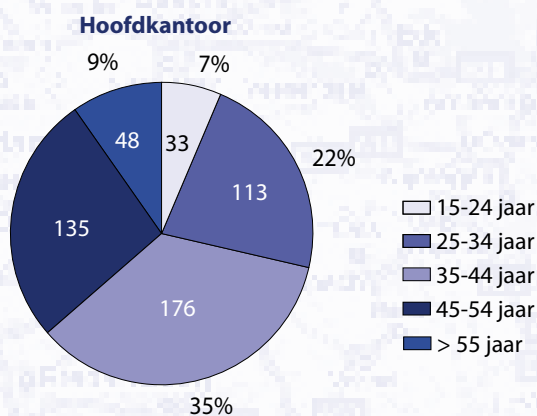
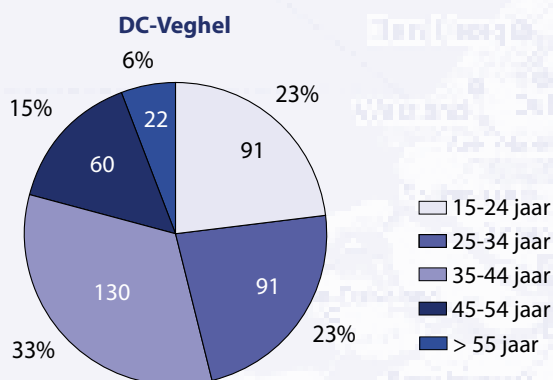
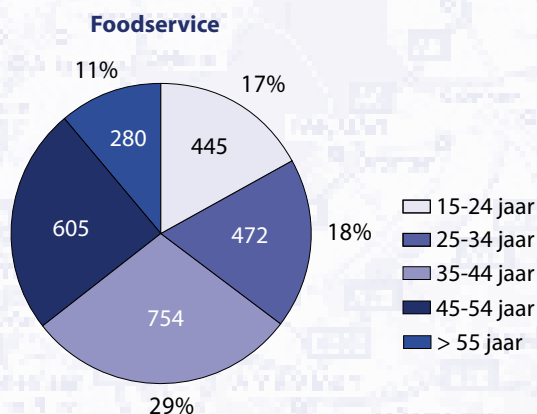
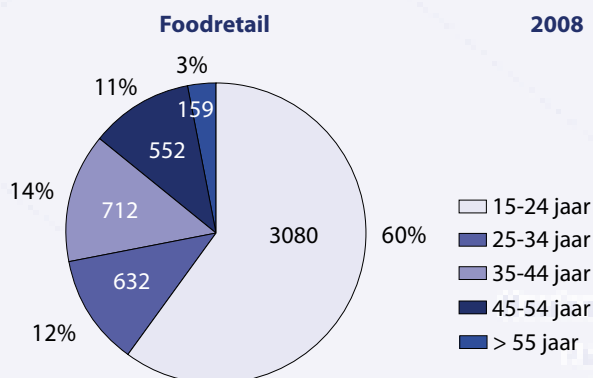
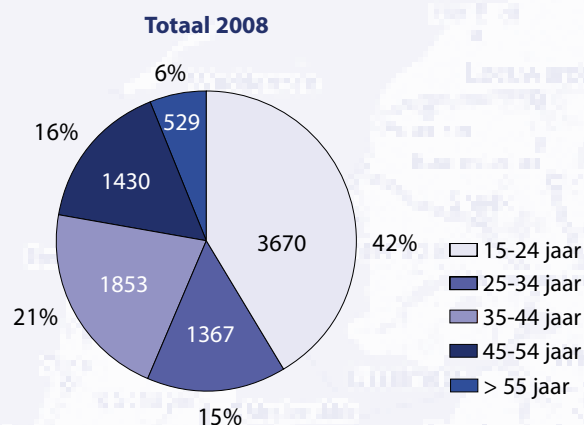
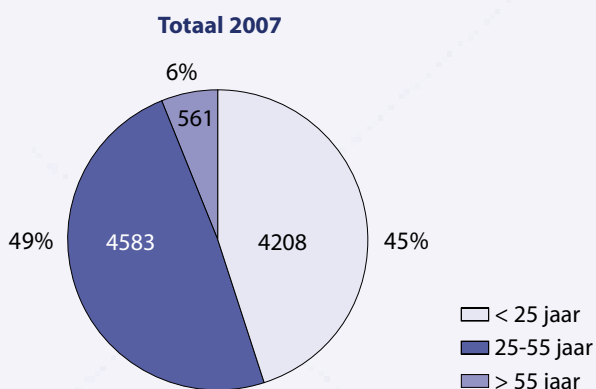
Langdurig dienstverband

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

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



Verhouding leeftijdsgroepen

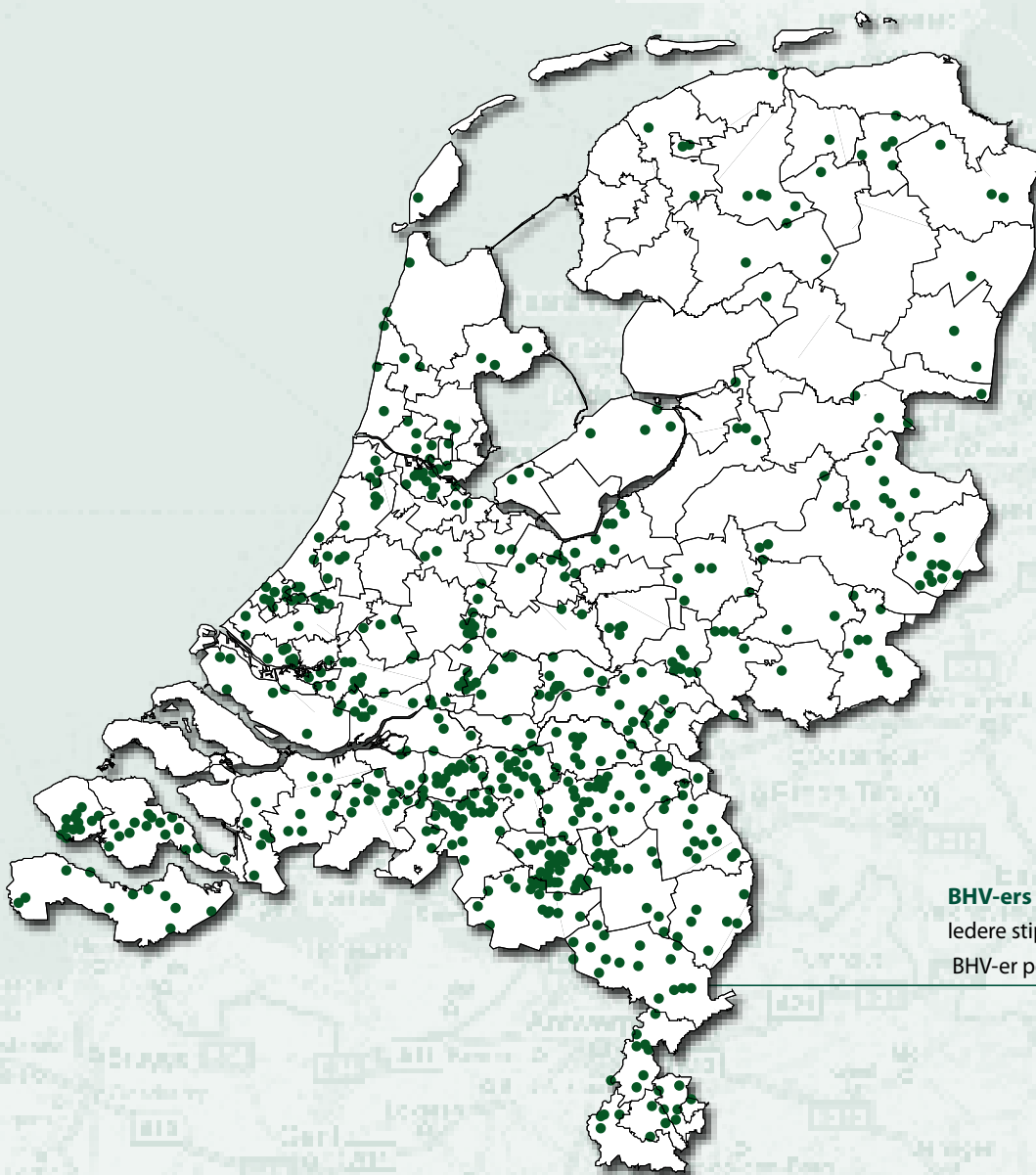


Opleidingen

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 2008 deden 838 medewerkers een BHV training of herhalings-training.



BHV-ers bij Sligro Food Group
Iedere stip vertegenwoordigt de
BHV-er per postcodegebied

Duizenden leeractiviteiten

In 2008 heeft bijna iedereen enige vorm van een leeractiviteit gevolgd. Of dit nu een cursus, workshop, introductiedag,

training of compleet professionaliseringstraject was.

Enkele sprekende voorbeelden cijfers:

Foodretail

10	medewerkers	volgden de AD opleiding
137	medewerkers	volgden de cursus sociale hygiëne
34	medewerkers	volgden de cursus AGF
50	medewerkers	volgden de cursus brood en banket
5	klassen	verkoopmedewerker vlees of vers gingen van start

Foodservice

90	medewerkers	volgden op opleiding Professioneel Medewerker Klantenteam
66	medewerkers	de opleiding Professioneel Medewerker Groothandel
18	medewerkers	de Coachopleiding PMG
20	medewerkers	de opleiding Professioneel Verkoopmedewerker
108	medewerkers	de module kassa en receptie
29	medewerkers	kaascursus

Logistiek

74	medewerkers	Professioneel Distributie Vakman
145	medewerkers	heftruck
42	chauffeurs	de opleiding professioneel chauffeur Sligro

Sligro Food Group breed

203	medewerkers	basiscursus BHV
635	medewerkers	herhalingscursus BHV
61	medewerkers	Jong- en Oud Oranje
24	medewerkers	de training Beter Presenteren
45	medewerkers	de training Management by Commitment
30	medewerkers	de training voeren van functioneringsgesprekken
25	medewerkers	de training ziekteverzuimbegeleiding
80	medewerkers	een individuele opleiding

Ziekteverzuim

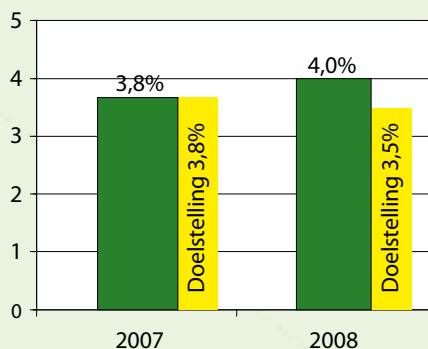
Ziekteverzuim, klein verschil, groot effect

Met de 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

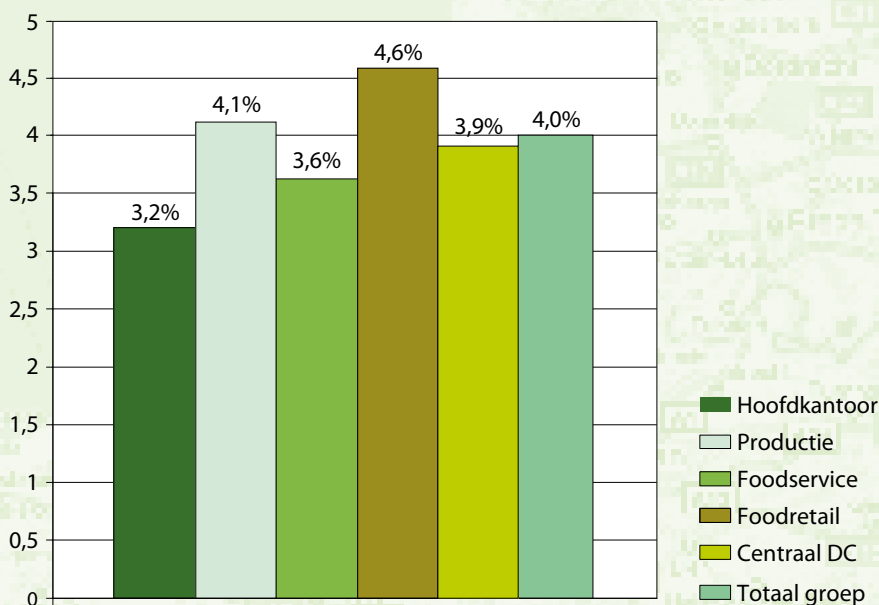
een procent vertegenwoordigt een grote waarde aan arbeids-capaciteit en er is dus alle reden nog meer aandacht te besteden aan de details.

De doelstelling voor 2009 blijft onveranderd 3,5%.

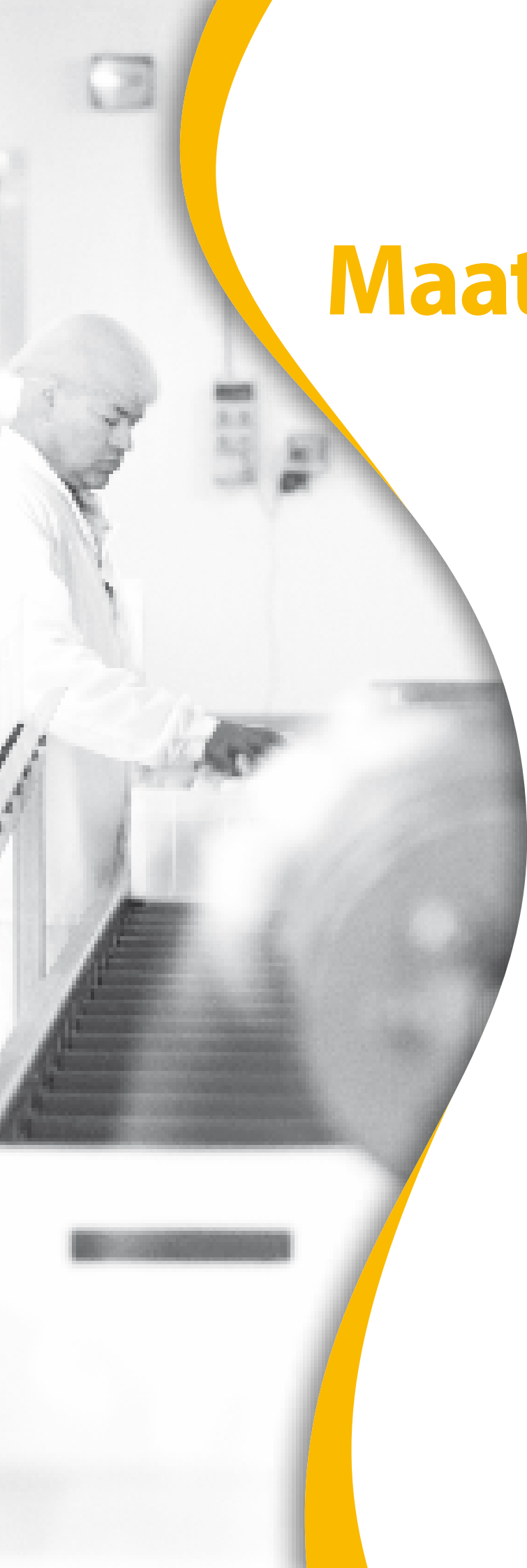
Ziekteverzuimpercentage totaal



Ziekteverzuimpercentage per werkmaatschappij







Maatschappij

Voedselveiligheid en –kwaliteit

Onze klanten gaan er terecht van uit dat het voedsel dat zij kopen veilig is. Voor Sligro Food Group heeft voedselveiligheid de hoogste prioriteit. Hieraan kunnen geen concessies worden gedaan. Producten die niet veilig blijken te zijn, worden onmiddellijk uit de schappen verwijderd en onze klanten worden geïnformeerd. Dagelijks bewaakt een kwaliteitsdienst-team de kwaliteit van zowel de ingekochte groothandels- en retail-producten als de zelf geproduceerde producten bij SmitVis, Maison Niels de Veye en Culivers. ISAcert bewaakt als externe partij de voedselveiligheidssystemen. Dit om er zorg voor te dragen dat alle systemen voldoen aan de laatste HACCP-standaarden. Alle activiteiten binnen Sligro Food Group zijn dan ook HACCP gecertificeerd.

Total recall

De Europese regelgeving die toeziet op voedselveiligheid is strenger geworden. Wij worden de laatste jaren vaker geconfronteerd met 'product recalls' (terughaalacties) van leveranciers. Vlak na de dioxinecrisis in 1999 lanceerden wij het recall-plan 'Total Recall' waarin wij een vaste procedure hebben vastgesteld. De doelstelling van dit plan is te voorkomen dat de gezondheid van de eindgebruiker kan worden bedreigd door het gebruik van de bij ons ingekochte producten.

In het geval dat een exclusief merk of een eigen importproduct niet aan de eisen voldoet, voert onze eigen Kwaliteitsdienst een risico-analyse uit. Indien er een reëel risico aanwezig is, besluit de Kwaliteitsdienst zelf tot het initiëren van een product-recall. Bij het initiëren van een recall moet het product binnen vier uur worden getraceerd, zowel een stap vóóruit, maar ook een stap áchteruit in de keten. Leveranciers maar ook vestigingen worden beoordeeld op het voldoen aan deze vierureneis.

*Alle activiteiten binnen
Sligro Food Group zijn dan
ook HACCP gecertificeerd*

Ook in 2008 zijn wij geconfronteerd met 'product recalls'. Het betrof hier in totaal 11 nationale recalls, door A-merk leveranciers geïnitieerd, waarbij de aanwezigheid van dioxine in lers rund- en varkensvlees de meest omvangrijke was. Na het ontvangen van een melding van leveranciers worden verdachte partijen onmiddellijk geblokkeerd en treedt het recall-plan 'Total Recall' in werking. In het geval van de dioxine problemen met het lers rund- en varkensvlees was Sligro Food Group vier uur na het ontvangen van de eerste melding in staat om haar klanten te garanderen dat de bij ons ingekochte producten veilig waren en geconsumeerd konden worden.

Verantwoorde producten en voedsel

Van verantwoord voedsel is gebleken dat het geen kortstondige trend is onder een specifieke groep mensen, maar het heeft zich verankerd als blijvend thema in de breedte van onze samenleving. Wij, als leverancier en producent van voedselproducten, vinden de discussie hierover wezenlijk en van belang. Bovendien is die naar onze mening nog lang niet ten einde. Verantwoord voedsel is geen eenduidig en universeel begrip. Ook is de kennis op dat terrein nog lang niet toereikend om daar absolute uitspraken over te doen, laat staan daar algemeen beleid op af te stemmen. Inzichten op het gebied van verantwoord voedsel wijzigen voortdurend, de kennis neemt toe en de absolute uitspraken van gisteren gelden soms vandaag niet meer. Bovendien, zo merken we in de discussies, is het begrip verantwoord voedsel nog niet eenduidig afgekaderd en geformuleerd en daardoor onderhevig aan waarden en normen die niet voor iedereen op dezelfde wijze of even zwaar wegen. Zo heeft de één meer op met biologische landbouw, de ander meer met diervriendelijkheid. Het resultaat van deze maatschappelijke discussie is, in toenemende mate, wet- en regelgeving. Wij zijn daar alert op en zullen die altijd navolgen. Wij volgen de discussie in de breedte en nemen er aan deel wanneer het de essentie van onze business raakt. Commercieel gezien proberen wij alle klanten de producten te bieden waar zij voor kiezen, uiteraard passend binnen de uitgangspunten van onze formules. Bij elke vraag vanuit de markt wordt de afweging gemaakt of het zinvol en passend is daar aan tegemoet te komen.

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 verzadig-

de en transvetzuren zo veel mogelijk te vervangen door onverzadigde vetten. Met de ruim 200 vestigingen van onze foodservice formules Big Snack, Plaza food for all, Entrée Brasserie, Societea en Pilkingtons ondersteunen wij de campagne 'verantwoord frituren'.

De Consumentenbond heeft in 2008 circa 75 snackbars bezocht die niet meedoen aan de campagne 'verantwoord frituren'. Hierbij is de vetzuursamenstelling van het frituurvet onderzocht. De bond vindt de tijd rijp voor een verbod op de verkoop en het gebruik van ongezond frituurvet. In het onderzoek van de Consumentenbond zijn ook een aantal snackbars bezocht die gebruik maken van ons exclusieve merk 'Kern' frituurvet. De bezochte snackbars welke gebruik maakten van Kern frituurvet voldeden allemaal aan de criteria voor 'verantwoord frituren'. Het gezondste patatje uit de test werd zelfs gefrituurd in 'Kern' frituurvet.

Interventiebeleid Voedsel en Waren Autoriteit (VwA)

Bedrijven zijn zelf verantwoordelijk voor de veiligheid en kwaliteit van hun producten en voor de naleving van wetten en regels. De VwA gaat in haar toezicht nog meer rekening houden met deze verantwoordelijkheid. Dat betekent onder meer dat daar waar bedrijven adequate eigen kwaliteitssystemen hebben, de VwA een stapje terug wil doen met haar toezicht. Het interventiebeleid gaat uit van het principe "Hard waar het moet, zacht waar het kan." (Bron: Voedsel en Waren Autoriteit) In 2007 is er door de VwA in onze EM-TÉ filialen een steekproef uitgevoerd. Op basis van deze resultaten heeft de VwA de EM-TÉ filialen als 'groen' (nagenoeg geen risico) beoordeeld. Bij 90,9% van de bezochte EM-TÉ filialen in 2007 werden zowel de temperatuurbediening bij verkoop als de reiniging en desinfectie (hygiëne) als voldoende beoordeeld.

Woud aan merken: welk keurmerk is wat?

De laatste jaren is er in Nederland een keurmerkenhype ontstaan. Inmiddels zijn er talloze in gebruik en bij een aantal daarvan dient getwijfeld te worden aan de waarde van hun claim. In dat geval is het keurmerk niet ontwikkeld vanuit duurzaamheidsprincipes, maar wordt het als een marketingtool ingezet. Waar het oorspronkelijk voor de consument nauwelijks te volgen was, begint er nu een waardebeleving bij keurmerken te ontstaan.

Als eigenaar en ontwikkelaar van onze Exclusieve Merken hebben wij ook te maken met dit aanbod en wegen wij zorgvuldig af of we een keurmerk op onze verpakking plaatsen.



Alvorens daartoe te besluiten worden de criteria en toegevoegde waarde van het keurmerk beoordeeld. Daarnaast wordt er gekeken of het keurmerk niet misleidend is voor de consument. Op dit moment is één betrouwbaar keurmerk voor voeding echter ver weg. Wij plaatsen daarom alleen keurmerken op de verpakking van onze Exclusieve Merken die betrouwbaar zijn en van toegevoegde waarde voor ons product en onze klanten.

Milieu- en dierenwelzijnbewegingen

Wij voeren al onze activiteiten uit binnen de kaders die de wet ons stelt en daar waar mogelijk vullen wij die aan of versterken we die met wat in Nederland als algemeen wenselijk en aanvaardbaar wordt gezien. Wij hebben respect voor de standpunten en inspanningen van milieu- en dierenwelzijnbewegingen en volgen de ontwikkelingen van de maatschappelijk opinie op dit gebied nauwlettend. Daarnaast onderhouden wij contacten met de NGO's en informeren hen desgevraagd over ons beleid en standpunten met betrekking tot de voor ons relevante onderwerpen. Veelal zijn dit kwesties waarin wij gezien onze rol en functie in de markt ook een (deel)verantwoording hebben. Bijvoorbeeld op het gebied van het te voeren assortiment.

Omdat wij winst en continuïteit nastreven, zullen wij ons aanbod primair aanpassen aan de vraag. De klant bepaalt uiteindelijk wat er verkocht wordt. Echter, daar waar onze assortimentskeuze of ons beleid een wezenlijke bijdrage kan leveren aan duurzaamheid of dierenwelzijn, willen wij stappen zetten. Dit leidt vrijwel altijd tot een gedifferentieerd beleid voor foodretail en foodservice. Onze rol en positie in beide markten is

immers totaal verschillend en dat vraagt per markt om een andere en specifieke aanpak. Ook de mate van verantwoording is hierdoor genuanceerd en kan zelfs binnen één assortimentsgroep voor foodretail en foodservice op verschillende niveaus liggen.

Wij geloven sterk in de kracht van marktwerking, ook om doelstellingen op het gebied van milieu en dierenwelzijn te realiseren. De publieke opinie is een krachtig instrument om dergelijke ontwikkelingen in gang te zetten. Wij geloven dat een en ander versneld wordt wanneer NGO's en bedrijfsleven elkaar daarin vinden. Zelfs wanneer hun primaire doelstellingen uit elkaar liggen, zijn er toch mogelijkheden tot samenwerking op basis van wederzijds respect. Wij ervaren dat een aantal organisaties steeds vaker kiest voor samenwerking en positieve communicatie, gericht op de resultaten van deze samenwerking. Daar zijn wij blij mee. Commerciële organisaties als de onze worden immers sterker geprikkeld door een beloning dan door een straf.

Hierna leest u over onze activiteiten op dit gebied en de resultaten die wij hebben bereikt, in een aantal gevallen in samenwerking met milieu- en dierenwelzijnbewegingen.

Duurzame vis

Omdat wij in de Groep beschikken over ons eigen visproductiebedrijf SmitVis, gaat op het gebied van vis onze ketenverantwoordelijkheid veel verder dan in menig andere productgroep en biedt het ook meer mogelijkheden en grip. In duurzame visserijproducten zijn wij met SmitVis voorloper en wij willen dat ook blijven.

Wij geloven sterk in de kracht van marktwerking, ook om doelstellingen op het gebied van milieu en dierenwelzijn te realiseren

Sligro Food Group stelt zich ten doel duurzame visserijproducten te verkopen.

Duurzame visserijproducten passen in onze filosofie en strategie van duurzaam ondernemen, waarin economisch rendement gecombineerd met welzijn van mens en zijn omgeving centraal staat. Vis afkomstig van illegale visserij wordt door Sligro Food Group direct uitgesloten. Dit beleid is van toepassing op alle visproducten die Sligro Food Group verkoopt.

Definities

Duurzame visserijproducten van wild gevangen vis:

Vis die wordt gevangen door middel van duurzame vismethoden en behoort tot, door internationale biologen aangemerkte, gezonde populaties en waarbij de visserij geen schade brengt aan ecologisch of economische structuur van de directe omgeving. De lijst van gezonde populaties wordt mede bepaald door vangstadadviezen van ICES* en gegevens van IUCN*, OSPAR*.

Duurzame visserijproducten van gekweekte vis:

Vis die wordt gekweekt op een biologisch verantwoorde wijze, in overeenstemming met internationale richtlijnen, waarbij rekening wordt gehouden met dichtheid van populaties, aandeel visolie/vismeeel in voeding en schade aan ander (zee)leven en/of het gebied waar wordt gekweekt.

ICES	International Council for the Exploration of the Sea
IUCN	International Union Conservation of Nature
OSPAR	Oslo-Parijs verdrag voor bescherming van het milieu in de Noord-Atlantische Oceaan
FAO	Food and Agriculture Organisation

Beleid duurzame visproducten

Wild gevangen vis

Sligro Food Group conformeert zich aan de internationale vangstadadviezen van visstanden, opgesteld door marine biologen.

Binnen ons assortiment krijgen gezonde vissoorten gecombineerd met duurzame vangstmethoden de voorkeur. Onze doelstelling is dat in het jaar 2010 ten minste 70% van onze visomzet een duurzame keuze is ten aanzien van populatie en vangstwijze. Voor het resterende deel zet Sligro Food Group zich in om samen met de producenten van deze producten naar een duurzamer product te komen.

Hiervoor heeft Sligro Food Group in 2008 een beslissingsboom gecreëerd.

Sligro Food Group verstaat onder duurzame keuze visproducten:

Afkomstig van bestanden die niet als overbevist worden beoordeeld door verantwoordelijke wetenschappelijke instanties.

Vissoorten die niet als beschermd worden betiteld op een internationale lijst.

Vissoorten die niet gevangen zijn met behulp van methoden die schadelijk zijn voor ander (zee)leven en/of gebieden.

Vissoorten die niet gevangen zijn op een manier die traditionele visgronden of levensonderhoud van traditionele gemeenschappen bedreigt.

In het jaar 2010 dient ten minste 90% van onze wild gevangen visomzet volgens bovenstaande normen te zijn geregistreerd. Sinds 2008 worden nieuwe leveranciers volgens deze criteria geselecteerd.

Duurzaam gekweekte vis

Sligro Food Group stelt zich ten doel om in het jaar 2010 ten minste 80% van zijn gekweekte vis omzet te betrekken van duurzame kwekerijen die aan de volgende voorwaarden voldoen:

- Kweek volgens de nationale milieunormen.
- Veilige omvangdichtheid van de populaties.
- Kweek met een genormeerd aandeel visolie/vismeeel in het voer.
- Maatregelen treffen tegen ontsnappen.
- Een duurzaam omgevingsbeleid hebben.
- Geen visproducten gebruiken die gekweekt zijn op een manier die traditionele visgronden of het levensonderhoud van traditionele gemeenschappen bedreigt.

Twee keer per jaar worden de resultaten van bovenstaand beleid geëvalueerd en gepubliceerd op onze website. Interne controleprocedures zorgen er voor dat het beleid volledig wordt nageleefd.

Onafhankelijke audits worden uitgevoerd bij leveranciers om ervoor te zorgen dat zij aan onze eisen voldoen.



Doelstellingen

	Wilde vis	Gekweekte vis
2007	50 % duurzaam	50% duurzaam
2008	60% duurzaam	60% duurzaam
2009	65% duurzaam	70% duurzaam
2010	70% duurzaam	80% duurzaam

Specifieke ontwikkelingen in 2008

Sligro Food Group heeft zijn hiervoor beschreven duurzaam beleid van 2007 in 2008 voortgezet. Diverse duurzame introducties hebben plaatsgevonden en diverse bedreigde vissoorten zoals botervis, zwaardvis en mahi-mahi worden niet meer aangeboden in ons assortiment.

Wij vinden het belangrijk om duurzame vis aan te kunnen bieden die voldoet aan erkende standaarden zoals MSC. De Marine Stewardship Council (MSC) is een onafhankelijke internationale non-profit organisatie die als doel heeft overbevissing in de wereld terug te brengen. Daartoe heeft MSC de enige wereldwijde standaard voor duurzame visserij ontwikkeld die werkt volgens de richtlijnen van de Verenigde Naties. Het blauwe MSC keurmerk is een garantie dat het product op een duurzame manier gevangen en beheerd is, en dat de vis afkomstig is van een gezond bestand. In september 2008 is Sligro Food Group MSC gecertificeerd. Hiermee is Sligro Food Group de eerste visleverancier in Nederland die MSC-gecertificeerd is in foodservice én foodretail. Naast de introductie van MSC tong, heekfilet en albacore tonijn, verwachten wij in 2009 nieuwe MSC soorten zoals kabeljauw, haring en ook de mosselen onder het MSC logo te kunnen voeren. Onze zalmfilet is GAP gecertificeerd.



EM-TÉ en Golff wederom de beste supermarkten in duurzame vis

Greenpeace heeft voor de derde keer het visinkoopbeleid van de 18 grootste supermarktketens onderzocht. Op de naar aanleiding van dit onderzoek gepubliceerde ranglijst van Nederlandse supermarktketens staan EM-TÉ en Golff in 2008 wederom op de eerste plaats. Deze ranglijst informeert over het gevoerde visinkoopbeleid van de verschillende supermarkten en over de wijze waarop dat in de praktijk wordt gebracht. In het onderzoek is gekeken naar het huidige assortiment, de inkoopvoorwaarden, de traceerbaarheid van vis, de etikettering en de transparantie naar de consument. De continuering van de koppositie is het resultaat van de voortdurende inspannin-

Ondanks onze inspanningen moeten wij vaststellen dat duurzaamheid voor veel consumenten nog geen primaire keuze is

gen om niet alleen verse, maar óók duurzame en verantwoorde vis te kunnen leveren.

Beide supermarkten maken hierbij gebruik van de centrale inkoopafdeling van Sligro Food Group waarvan zij deel uitmaken. Doordat de belangrijkste leverancier van verse vis, SmitVis, ook onderdeel is van Sligro Food Group, kan in de keten rechtstreeks op kwaliteit en duurzaamheid gestuurd worden.

In samenwerking met leverancier Anova wordt ons diepvriesassortiment 'naturel vis' gescreend en aangepast verduurzaamd, met o.a. MSC zalmfilet en tonijnfilet, Trace Panga en duurzaam gekweekte tilapiafilet. Ook binnen ons assortiment tropisch garnalen zijn de eerste BAP gecertificeerde soorten ingestroomd en wij streven er naar om voor eind 2009 ons totale assortiment BAP gecertificeerd te kunnen aanbieden. Dit is een belangrijke stap in het beleid waarbij wij producenten aanspreken op hun productiemethodieken. BAP certificering zien wij als een opmaat naar duurzame kweek van tropische garnalen.

Ondanks onze inspanningen moeten wij vaststellen dat duurzaamheid voor veel consumenten nog geen primaire keuze is. Nieuwe soorten zoals de tong, tonijn en heek laten zij links liggen. Prijs en onbekendheid met het product zijn hiervoor de voornaamste redenen. Zeker wanneer de klant een keuze wordt geboden, kiest hij veelal traditioneel, dus voor het oude en minder duurzame product. Om het bewustzijn van de klant meer te prikkelen, zullen wij in onze communicatie meer focussen op duurzaamheid.

Foie Gras

In 2007 zijn de eerste contacten gelegd met Stichting Vier Voeters, een internationale dierenwelzijnsorganisatie die onder andere campagne voert tegen de productiewijze van foie gras. De door deze stichting gepubliceerde 'zwarte lijst' van producenten in Frankrijk en Hongarije is ons uitgangspunt voor de keuze van leveranciers. Wij hebben met de stichting afgesproken dat we ons zullen inspannen om duurzame producten als alternatief in ons assortiment op te nemen. In 2008 hebben wij een duurzaam en diervriendelijk alternatief gevonden onder de naam Eendenlever Fin. Deze eendenlever komt van niet vetgemeste eenden, maar van de Barbarie-eend. Deze eenden worden uitsluitend gefokt voor hun vlees en krijgen geen dwangvoeding. Deze producten zijn herkenbaar aan een garantiezegel op de verpakking met de tekst "Lever van niet vetgemeste eenden". Hiermee stellen wij onze klanten in de gelegenheid om ook bij foie gras te kiezen voor duurzaamheid.

Blank kalfsvlees

Uiteraard zijn wij op de hoogte van de welzijnsproblemen bij kalveren die kunnen ontstaan in het productieproces van blank kalfsvlees. Zowel op het gebied van bloedarmoede als dat van huisvesting en transport. Het is ons beleid om ook duurzaamheid- en welzijnskeuzes te maken die passen bij onze plaats en verantwoording in de (voedsel)keten. Voor de inkoop van kalfsvlees heeft dit geleid tot een samenwerking met de VanDrie Group. De aanpak van de VanDrie Group garandeert dat geen enkel kalf in de gevaarzone komt wat betreft bloedarmoede. Bovendien krijgen de dieren tweemaal zoveel vezelrijk ruwvoer als wettelijk is voorgeschreven. De lange afstandstransporten vinden plaats in klimaatgestuurde veewagens. Daar blijft het niet bij. In het voorjaar van 2009 gaan wij weer een stap verder. Dan vervangen wij in onze EM-TÉ supermarkten het hiervoor genoemde kalfsvlees door het zogenaamde 'Beter Leven' kalfsvlees, ook van de VanDrie Group. Dit kalfsvlees voldoet aan extra hoge eisen op het gebied van het welzijn en dat is het resultaat van een vergaande samenwerking en afspraken met de Dierenbescherming. De naleving van de afspraken is geregeld binnen het Safety Guard-kwaliteitssysteem van de VanDrie Group. Lloyd's houdt hierop toezicht en rapporteert de resultaten ook aan de Dierenbescherming, die onaangekondigd eigen controles mag houden. In de loop van 2009 introduceren wij dit assortiment ook in foodservice, onder de eigen merknaam 'Meerijische Roem'.

Het is ons beleid om ook duurzaamheid en welzijnskeuzes te maken die passen bij onze plaats en verantwoording in de (voedsel)keten

Eetbare insecten, Bugs Organic Food

Het project 'Bugs Organic Food' brengt sinds januari 2008 eetbare insecten als voedsel op de Nederlandse markt. Bij een groeiende wereldbevolking en de grotere vraag naar vlees in landen als China en India wordt verwacht dat de consumptie van vleesproducten tot 2050 zal verdubbelen. Echter, nu al neemt veeteelt 70% van het mondiale landbouwareaal in. Er kan in de toekomst niet langer aan de groeiende vraag naar conventioneel vlees worden voldaan. Het eten van Bugs heeft voordelen voor het milieu boven het eten van vlees. De drie hoofdpunten hierbij zijn ruimte, een efficiënte omzetting van voer naar vlees en minder uitstoot van broeikasgassen.

Wereldwijd gezien is men in Nederland het meest ver in de samenwerking tussen wetenschap, productiebedrijven, groot-handel en horeca voor wat betreft eetbare insecten. Insecten zijn een rijke bron van eiwitten en daarom een uitstekend alternatief voor vlees en vis. Onze poelier Ruig Wild & Gevogelte is samen met drie Nederlandse insectenkwekers en de Wageningen Universiteit initiatiefnemer van het Bugs Organic Food project. Met de Sligro groothandels zorgen wij voor een landelijk dekkend verkoopnetwerk.

Volwaard kip

Sligro Food Group heeft gekozen voor kippen afkomstig uit het Volwaardproject. Hierin worden slechts 14 dieren per vierkante meter gehouden. De dieren hebben uitloop en een andere belangrijke voorwaarde van Volwaard is dat er niet mag worden gestuurd met licht, voer en water. Voor het hele assortiment ontvangen de pluimveehouders een meerprijs die twintig procent boven de basiscontractprijs ligt. Dat percentage is tot stand gekomen na een analyse van de meerkosten die het gevolg zijn van de eisen die worden gesteld aan de houderij. Het Volwaardproject startte in 2006 en komt voort uit een samenwerking tussen Coppens Diervoeding, pluimveeslachterij Flandrex, de ZLTO en een aantal pluimveehouders.

Scharreleieren

Voor zowel onze activiteiten in foodservice (Sligro, Inversco-Van Hoeckel) als in foodretail (EM-TÉ, Golf) worden door Sligro Food Group uitsluitend scharreleieren ingekocht.

Minder zout, meer smaak

Bij de productie van maaltijden en maaltijdcomponenten bij Culivers volgen wij de richtlijnen van de gezondheidsraad. Per hoofdmaaltijd 800 mg na (2 gram zout) is wat voorgeschreven wordt. Om aan deze strenge eis te kunnen voldoen, vervangen we zout door extra kruiden waardoor toch een zeer smakelijke maaltijd ontstaat waarin de zoutcomponent niet gemist wordt.

Brandveiligheid decoratiematerialen

Sinds de 'Volendamramp' is brandveiligheid een belangrijk issue in de Nederlandse horeca. Omdat wij decoratiematerialen verkopen die door de horeca binnen of buiten gebruikt worden, bevat ons assortiment decoratiematerialen die brandvertragend zijn behandeld en artikelen die onbehandeld zijn. Bij brandvertragend behandelde artikelen wordt dat op de verpakking aangegeven. Afhankelijk van het doel en het gebruik, bijvoorbeeld binnen of buiten, kan de klant hieruit zijn keuze maken. Het ontbreken van een eenduidige, landelijke



regelgeving maakt dat er per brandweerkorps interpretatieverschillen kunnen zijn. Daarom adviseren wij de klant bij zijn keuze de eisen van de plaatselijke brandweer te volgen.

Revolutionaire barcodes

Sligro Food Group en Wijngaard Kaas zijn als eersten in Nederland een pilot gestart met de nieuwe barcode (GS1 DataBar) die in 2010 verplicht te scannen moet zijn aan alle kassa's in Nederland. Ook in het kader van MVO biedt de nieuwe barcode vele nieuwe mogelijkheden en voordelen, onder andere op het gebied van voedselveiligheid door een betere THT-bewaking. Daarnaast kunnen recallprocedures in de toekomst via deze barcode efficiënter en zorgvuldiger verlopen. Het in gebruik nemen van deze nieuwe barcode is bij Sligro in 2008 gestart, EM-TÉ volgt in 2010.

Logistiek

Invoering Navmaster en Intertour

De vrachtwagens die rijden voor Sligro Food Group zijn voorzien van een Navmaster 2004 boordcomputer. Dit systeem levert niet alleen de navigatie aan de chauffeur wat de veiligheid ten goede komt, maar heeft nog meer mogelijkheden. De route-programmering vóóraf zorgt voor een kilometerreductie waardoor het transportproces efficiënter en milieuvriendelijker wordt. Om de meer dan 600 leveringen per dag per bezorglocatie zo efficiënt mogelijk te laten verlopen en de transportbewegingen zo klein mogelijk te houden, rijden onze vrachtwagens altijd voor 95% vol rond. Zijn ze niet volgeladen met producten voor de klanten, dan zijn ze wel volgeladen met retouremballage, verpakkingsmaterialen, karton, plastic en retourgoederen voor onze centrale distributiecentra in Veghel. Voor een efficiënte planning maken we gebruik van het softwarepakket Intertour met ingebouwd GPRS-systeem. Op basis van de actuele bestellingen optimaliseert dit pakket alle routes, hetgeen bij onze korte leadtimes

betekent dat planningen nog in de nacht worden vastgesteld. Het systeem is zodanig opgezet dat ook invalchauffeurs en anderstaligen precies weten wat ze moeten doen. De vrachtwagens worden continue gevolgd waardoor klanten bijvoorbeeld bij verkeersproblemen tijdig geïnformeerd kunnen worden. Een mooi voorbeeld waarbij lagere kosten, hogere kwaliteit en een beter milieu hand in hand gaan.

Zuinigste vrachtwagenchauffeur van Nederland

Hoge brandstofprijzen en een bijdrage aan een schoner milieu zijn argumenten om extra zuinig met brandstof om te gaan. Hoewel de vrachtwagenchauffeurs in dienst zijn van de transportbedrijven die voor ons rijden, beschouwen wij deze groep toch echt als 'onze' chauffeurs. Om duurzaam ondernemen onder aandacht te brengen bij zowel de transportbedrijven die voor ons rijden als bij hun chauffeurs, is er gedurende vier weken de 'Zuinigste vrachtwagenchauffeur van Nederland'-competitie gehouden. Het uitgangspunt was simpel: wie realiseert gedurende vier weken het laagste brandstofverbruik per gereden kilometer. Naast het feit dat er voor de chauffeurs een mooie titel te winnen viel, hebben we de competitie als kapstok gebruikt om met alle medewerkers van de Groep te communiceren over zuiniger en milieubewuster rijden, het zogenaamde 'nieuwe rijden'.



De routeprogrammering vóóraf zorgt voor een kilometerreductie waardoor het transportproces efficiënter en milieuvriendelijker wordt

Besparen door slim orders verzamelen

Orderverzamenen is een van de grootste kostenposten binnen een distributiecentrum (DC). Vooral de toegenomen frequentie en de daaraan verbonden kleinere orders doen die kosten toenemen. In dit kader zijn wij binnen onze distributiecentra continu op zoek naar geautomatiseerde toepassingen die ervoor zorgen dat wij de prestaties van het orderverzamelproces kunnen verbeteren. Kostenbesparing is slechts één van de doelen die wij daarbij nastreven. Een ander belangrijk doel is bijvoorbeeld de beschikbaarheid van voldoende personeel, ook op langere termijn. Deze geautomatiseerde toepassingen hebben een gunstig effect op arbeidskosten, lead-times en pick-accuratesse.

Een verhoogde pick-accuratesse zorgt voor een daling aan klachten en correctieve maatregelen. En dat betekent minder naleveringen en dus minder kilometers en daarmee is het minder belastend voor het milieu.

Een van de grote logistieke projecten in 2008 was de opstart en uitrol van papierloos orderpicken in onze bezorgservicevestigingen, kortweg PLOP genoemd. Na invoering van PLOP zijn wij afgestapt van de traditionele manier van orderpicken, waarbij gebruik wordt gemaakt van papieren picklijsten. In de plaats hiervan is de innovatieve Pick Cart in gebruik genomen. Het systeem zorgt voor een spectaculaire verbetering van de productiviteit in combinatie met een nagenoeg foutloze verzameling. In 2009 gaat deze nieuwe vorm van papierloos orderpicken verder ingezet worden binnen Sligro.

Binnen diverse DC's werken we al geruime tijd met Pick to Light systemen. In navolging van de bezorgservicelocaties zal in 2009 een keuze gemaakt worden met welk papierloos orderpicksysteem Sligro zal gaan werken in de grotere distributiecentra, ter vervanging van het traditionele orderpicken.

Energie en milieu

Energie

Binnen onze organisatie heeft energie een zeer groot aandeel in de vaste lasten. Daarom hebben wij maatregelen genomen die leiden tot een geringer energieverbruik en daarmee ook ten goede komen aan het milieu. Waar mogelijk gebruiken we spaarlampen, gaat alle buitenverlichting na 23:00 uur uit, zijn kantoren voorzien van bewegingsdetectoren die verlichting in- en uitschakelen en worden in elke vestiging na sluitingstijd de koel- en vriesmeubels afgedekt met nachtafdekkingen waardoor ze minder energie verbruiken.

Verlichting

Wij kennen sinds zeven jaar een gericht 'nachtverlichtingsbeleid'. Dit beleid past prima binnen het streven van onder andere de Stichting Natuur en Milieu naar een structurele oplossing van de zogenaamde 'lichtvervuiling'. Voor alle van onze meer dan 150 locaties in Nederland is een lichtplan in gebruik. Avond- en nachtverlichting zijn daar wezenlijke onderdelen van. Alle buitenverlichting wordt geschakeld door zowel een licht/donkerschakelaar als een tijdklok. De licht/donkerschakelaar heeft een belangrijke functie voor wat betreft zichtbaarheid en veiligheid, met name tijdens werktijd en openingsuren van onze distributiecentra, groothandels en winkels. De tijdklok is toegevoegd om de licht/donkerschakelaar van de buitenverlichting te overrulen. Per locatie wordt deze apart ingesteld, rekening houdend met de omgeving en eventuele omwonenden. In de praktijk houdt dit in dat na 23:00 uur uitsluitend buitenverlichting brandt die vanwege de veiligheid noodzakelijk is.

LED

Gezien de snelle ontwikkeling van LED toepassingen, starten wij in 2009 met proeven om te kijken of deze verlichtingstechniek ook binnen Sligro Food Group toepasbaar is.

Vriezen met natuurlijk koudemiddel

Ons diepvries-distributiecentrum in Veghel is met de best beschikbare technieken gebouwd. Het nieuwe vrieshuis heeft een inhoud van 145.000 m³ en een vriesvermogen van 1.200 kW bij -35°C. Het vrieshuis is voorzien van een 220 mm dik geïsoleerde buitenwand die een zeer hoge isolatiewaarde heeft. De doorgang tussen de koel- en vriesruimte is voorzien van een energiezuinig driedubbel luchtgordijn, zodat verlies van koude wordt voorkomen. De vries/koelinstallatie is een milieuvriendelijke en energiezuinige installatie gevuld met het natuurlijke koudemiddel ammoniak en kooldioxide. Deze natuurlijke koudemiddelen leveren geen bijdrage aan het broeikaseffect en tasten de ozonlaag niet aan.

Wij hebben maatregelen genomen die leiden tot een geringer energieverbruik en daarmee ook ten goede komen aan het milieu



Milieu

Milieubeleid wordt op steeds meer terreinen zichtbaar in onze samenleving. Iedereen heeft er mee te maken op het werk en thuis. Binnen onze organisatie gebeuren de glasbewassing en de reiniging van sanitaire voorzieningen op milieuvriendelijke wijze. Alle kopieerapparatuur is gereconditioneerd en lege cartridges, toners en batterijen worden uiteraard ingezameld. In de distributiecentra en de filialen zijn procedures opgesteld om te voorkomen dat gevaarlijke stoffen in het milieu terechtkomen.

Efficiënt afval

Afval wordt al sinds jaar en dag ingezameld en afgevoerd. De ene keer gebeurt dat via de distributiecentra, de andere keer rechtstreeks vanaf de locatie. Duurzaamheid en efficiency zijn de pijlers 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 dat ook te doen. Vandaar dat ons retour- en sorteercentrum in Veghel een eigen milieustraat heeft waar al het afval gescheiden verwerkt wordt. 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. Voor wat betreft de verwerking van de afvalstromen werken wij onder andere sa-

men met Van Kaathoven Groep, een gespecialiseerd bedrijf in logistiek, verwerking en productontwikkeling op gebied van organische reststromen. Deze samenwerking geeft ons inzicht in het gewicht, soort en frequentie. Het is onze bewuste keuze voor een partner die een actief duurzaamheidsbeleid voert en daarbij gebruik maakt van het cradle-to-cradle principe, in Nederland ook bekend onder de term "afval=voedsel". Dit betekent niet dat er letterlijk afval wordt gegeten, maar dat er op verantwoorde wijze gesloten (biologische of technische) kringlopen opgebouwd worden. Organische reststromen worden op een duurzame manier verwerkt, nadat deze definitief uit de voedselketen verwijderd zijn, om gezondheidsrisico's als gevolg van bijvoorbeeld (dier)ziektes geheel uit te sluiten. Anderzijds zijn grondstoffen schaars en zullen dus opraken. Daarom zijn wij tegen het verbranden van deze waardevolle materialen. Deze grondstoffen behoren op duurzame wijze te worden hergebruikt of te worden ingezet voor het opwekken van duurzame energie.

Papier en inkt

Bij de productie van onze Sligro-folders wordt uitsluitend papier gebruikt van leveranciers die PEFC en FSC zijn gecertificeerd. Deze certificaten garanderen dat het hout dat wordt gebruikt 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 een plantaardige drukinkt gebruikt. Dit is een drukinkt die minder milieubelastend is dan 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.

Bij elke mailing informeren we een wisselend deel van ons klantenbestand en alleen hen die aangegeven hebben onze folders op prijs te stellen. Zij die geen aankopen meer bij ons doen ontvangen na verloop van tijd geen folder meer. Ook al is onze folder prima recyclebaar, daarvoor is hij niet bedoeld.

Verpakkingenbelasting

Op 1 januari 2008 is in Nederland de 'Verpakkingenbelasting' ingevoerd. Deze belasting heeft tot doel materialen die als verpakking worden gebruikt, zoals glas, kunststof, hout en karton, extra te belasten, waardoor een positief effect op het milieu zou moeten ontstaan. Voor al onze 60.000 producten hebben wij bij alle leveranciers de samenstelling van hun verpakkingen opgevraagd en deze ingevoerd in ons datasysteem. Op deze manier kunnen wij per artikel over een overzicht beschikken waarin zichtbaar wordt hoeveel verpakkingsmateriaalbelasting betaald

moet worden. Bij alle partijen in de keten heeft dit veel extra werk en extra kosten opgeleverd, bovenop de te betalen verpakkingenbelasting. In een aantal gevallen heeft dit ook geleid tot prijsverhogingen op consumentenniveau. Ook hier zullen de kosten wel voor de baten gaan, maar tot nu toe is volstrekt niet bekend in hoeverre de gewenste ideële doelstellingen gehaald zijn en wat met de extra gelden is gedaan. Hiermee lijkt de verpakkingenbelasting te verworpen tot niets meer dan extra belastinginkomsten voor de overheid.

Gemakbakken 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 kartonnen gemaksbak of geïsoleerde gemakstas om hun gekochte goederen in te vervoeren. Wanneer deze versleten is kan hij gratis worden geruild voor een nieuwe. Wij passen dit toe in onze Sligro zelfbedieningsgroothandels en EM-TÉ en Golf supermarkten

Externe veiligheid

Externe veiligheid is onzichtbaar en onhoorbaar. Dat maakt de problematiek lastiger dan andere milieuproblemen, zoals bodemverontreiniging en geluidsoverlast. Wij streven ernaar om



Het komt voor dat wij keuzes moeten maken tussen tegenstrijdige MVO-belangen

een verantwoord beschermingsniveau voor mens en milieu te realiseren. Hiervoor hebben wij een 'Commissie Gevaarlijke Stoffen' in het leven geroepen die tot taak heeft het vereiste beschermingsniveau binnen de organisatie te waarborgen. Daarbij gaat zij uit van de laatste stand der techniek die geldt voor de bouwkundige uitvoering van opslagvoorzieningen, brandbestrijdingssystemen en arbeidsmiddelen, zoals bepaald door de arbeidsomstandighedenwet- en regelgeving, de Wet milieubeheer en het Bouwbesluit.

Voedselveiligheid versus energieverbruik - pasteuriseren versus begassen

Het komt voor dat wij keuzes moeten maken tussen tegenstrijdige MVO-belangen. Bij ons productiebedrijf Culivers in Eindhoven hebben wij voor de productie van maaltijden voor ouderen bewust gekozen voor de meer energie kostende pasteuriseermethode. Zuiver energetisch gezien zou het efficiënter zijn om deze maaltijden te 'begassen'. Echter, door pasteuriseren ontstaat een voedselveiliger product met een langere houdbaarheid. Voor de doelgroep waarvoor wij deze maaltijden produceren, ouderen, laten wij voedselveiligheid zwaarder wegen en kiezen we dus voor deze methodiek.

Koelen en vriezen

Het koelen van onze koelcellen, koel- en vrieseilanden gebeurt met Freon als koudemiddel. Sligro volgt nauwgezet de ontwikkelingen in de techniek. De koude techniek ontwikkelt zich in de richting van natuurlijke koudemiddelen die het milieu niet belasten, in plaats van Freon. Bij het investeren in nieuwe installaties wordt bekeken of het toepassen van de nieuwe techniek haalbaar is voor Sligro.

Warmteterugwinning bij Culivers

Tijdens de nieuwbouw van ons productiebedrijf Culivers in Eindhoven hebben wij geïnvesteerd in warmteterugwinning door 3 warmtewisselaars aan te sluiten op de koelinstallatie. Deze warmtewisselaars verwarmen 30.000 liter water per dag van 6 graden Celsius naar circa 40 graden Celsius. Dit water wordt verder verwarmd tot 55 graden Celsius en kan hierdoor gebruikt worden in het reinigingsproces. Daarnaast wordt energie deels teruggewonnen door gebruik te maken van het warme water uit het pasteurisatieproces.

Ook is in het centrale stoomketelhuis een economizer geplaatst op de schoorsteen die warmte terug wint en opnieuw gebruikt voor het verwarmen van het water in de stoomketels. Hiermee wordt het rendement aanzienlijk verbeterd.



Meerwaarde

Tot de meerwaarde van Sligro Food Group rekenen we niet alleen de puur financiële prestaties zoals omzet, winst en dergelijke. Thema's als inkoopbeleid, sponsoring, goede doelen, winstbestemming en de effecten van onze diensten en producten spelen eveneens een grote rol.

SRI Rating

Sligro Food Group heeft in oktober 2008 een Pass Status verkregen in het Orange SeNSse Fund, een graadmeter voor duurzaam ondernemen. "Sligro Food Group heeft een lovenswaardige rapportage met betrekking tot de bedrijfsethiek, voornamelijk als gevolg van haar transparante gedragscode die de meeste issues met betrekking tot maatschappelijke verantwoording en duurzaamheid beschrijft. Middels een toegewijd MVO-verslag toont Sligro Food Group haar betrokkenheid met de samenleving. Tevens heeft Sligro Food Group een erkend Human Resources-beleid en maakt het bedrijf gebruik van meetpunten om negatieve beïnvloeding van het milieu terug te dringen. De betrokkenheid met de gemeenschap komt naar voren in het sponsorschap en het bedrijf toont een goede aanpak van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid". Suggesties tot verbetering in dit rapport zijn ter harte genomen.



"Het bedrijf toont een goede aanpak van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid"



Klanten

Klanten als aandeelhouder

Aandeelhouder worden van Sligro Food Group is voor iedereen mogelijk door het kopen van aandelen Sligro Food Group NV. Voor onze klanten zijn er méér mogelijkheden met gebruikmaking van hun Sligro Bonuszegels. Zij kunnen namelijk ook sparen voor aandelen. Twee keer per jaar kunnen zij hun gratis verkregen Sligro-Bonuszegels omzetten in aandelen Sligro Food Group NV. Voor die tijd maken wij de omrekenkoers voor de spaarkaarten bekend. De exacte omrekenkoers wordt gebaseerd op de dan geldende koers van het aandeel. Inmiddels zijn al duizenden klanten op deze manier aandeelhouder van de Groep geworden. Een unieke en ultieme vorm van klantenbinding!

Klanten op werkbezoek

Wij vinden het belangrijk dat klanten weten hoe onze inkopers werken. Daarom nemen we een paar keer per jaar een aantal van hen 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 zijn fokprogramma en veiligheidseisen zó grondig aangepakt, dat het 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 uitsluitend 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.

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. Dat doen wij vanuit de overtuiging dat "als je niet kunt delen, je ook niet kunt vermenigvuldigen".

Juist in deze tijd is de balans tussen kostenbewustzijn 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 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 terugbetaalt.

Jaren geleden werkten wij nog met eigen chauffeurs, inmiddels hebben wij het transport aan gespecialiseerde logistieke partners uitbesteed. De samenwerking met deze bedrijven is mischien wel het meest vergaand, omdat het voor onze klanten heel belangrijk is dat ze altijd dezelfde contactpersonen hebben. Deze chauffeurs zijn weliswaar niet in bij ons dienst, 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. Deze training is door de afdeling opleidingen en Sligro Food Group ontwikkeld en georganiseerd.

Leveranciers

Inkoop

Wij willen bij onze artikelkeuze en bij de selectie van leveranciers keuzes maken mede uit het oogpunt van duurzaam ondernemen. Dat is soms een lastige kwestie met een assortiment van 60.000 wereldwijd in te kopen artikelen, food en non food, afkomstig van ruim 2000 leveranciers en bestemd voor zowel onze foodretail als onze foodservice activiteiten. Binnen de bestaande wet- en regelgeving streven wij naar een balans tussen mens, milieu en bedrijfsvoering. Onze inkopers worden hierbij geconfronteerd met moeilijke afwegingsprocessen die vaak vele nuanceringen kennen.

Vraagstukken rondom kinderarbeid, CO2-uitstoot, food miles, politiek klimaat en milieubelasting zijn zo maar wat voorbeelden waarom het niet gemakkelijk is een eenduidige visie te hebben en toe te passen. In 2008 is gestart met het beleid met

betrekking tot inkoop en leveranciers en om dat binnen onze organisatie te borgen. Voor specifieke assortimentsgroepen is dit inmiddels gebeurd.

Samen met onze leveranciers worden tal van nieuwe producten en formules ontwikkeld. Dit gebeurt met inachtneming van de belangen van de stakeholders binnen onze organisatie:

- Klanten.
- Leveranciers.
- Overheden/wetgeving.
- Aandeelhouders.
- Medewerkers.
- Concurrentie.
- Belangengroeperingen.

In het kader van nuance en balans streven wij altijd naar betere alternatieven. Sligro Food Group wil zich echter niet als de moralridder opstellen die alle keuzes aan haar klanten oplegt. Onze klanten laten dat ook niet toe.

In 2009 willen wij ons assortimentsgroepoverstijgend inkoopbeleid nadrukkelijker vormgeven zodat het, naast transparantie, onze inkopers ook concrete handvatten biedt in het kader van maatschappelijk verantwoord inkopen. Momenteel onderzoeken wij de mogelijkheden en toegevoegde waarde van aansluiting bij een gestandaardiseerd monitorsysteem als BSCI.

Foodproductie en Freshpartners

Binnen Sligro Food Group wordt gedacht in maagaandeel in plaats van het marktaandeel. Dat heeft te maken met de breedte van ons bedrijven en de diverse markten waarop wij actief zijn. Of mensen nu eten of drinken in een verzorgingshuis, cafetaria, restaurant of thuis, het komt uiteindelijk allemaal terecht in onze maag, onafhankelijk van de locatie of het moment van consumeren. De totale markt naar de etende mens wordt vanuit Sligro Food Group bediend via foodservice en foodretail. Daarnaast, als een vorm van achterwaartse integratie, hebben wij enkele foodproductie-activiteiten. Enerzijds ontstaan vanuit kosten- en efficiency-overwegingen, anderzijds vanuit de visie wij dat graag over onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde beschikken en controle in de keten willen hebben. Binnen de groep worden onder foodproductie onze freshpartners en onze deelnemingen in een aantal versleveranciers verstaan. Onder de eerste categorie vallen onze eigen bedrijven SmitVis, Maison Niels de Veye (patisserie), en Culivers met productiebedrijven in Eindhoven, Amsterdam en Ter Apel. Dit laatste drie produceren hoogwaardige koelverse maaltijden.

Onze deelnemingen in Slagerij Kaldenberg, M. Ruig & Zonen (poelier), Verhoeven (bakkerij) en Smeding (AGF) zorgen voor inbreng van specifieke kennis en vakmanschap. Dit wordt ge-



combineerd met onze kennis van de markt, klanten, logistiek en automatisering. De meerwaarde van onze Freshpartners zit 'm met name in het vakmanschap op productniveau. Hierdoor zijn zij in staat om deskundig in te spelen op actuele ontwikkelingen, continu te voldoen aan de huidige maar ook toekomstige vraag en zodoende de producten te 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, een gezonde financiële basis en een duurzame samenwerking.

Sponsoring en goede doelen

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

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.

Het 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 'kansachterstand'. 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 v rder 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 cre ren 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 kerstpakkettenassortiment, waarvan een deel van de omzet naar het Liliane Fonds gaat. Bij het afscheid van onze directievoorzitter Abel Slippens op 21 september 2008, brachten klanten, leveranciers, relaties, medewerkers en het bedrijf een bedrag van maar liefst   123.456,00 bijeen. Met dit bedrag is het voor het Liliane Fonds mogelijk een groot en meerjarig project in Benin te starten. www.lilianefonds.org

Liliane
Fonds

Villa Pardo s

Omdat wij uitsluitend in Nederland actief zijn, willen wij ook een nationaal fonds ondersteunen. Wij hebben gekozen voor een samenwerking met Villa Pardo s, 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 Pardo s is gebaseerd op de nationale bekendheid, het onbesproken gedrag en het breed maatschappelijk draagvlak. De ondersteuning van Villa Pardo s koppelen wij aan activiteiten bij EM-T  supermarketen, onze foodservice franchiseformule 'Plaza food for all' en met Sligro kerstpakketten. www.villapardoes.nl



Ons sponsor beleid wordt niet bepaald door de waan van de dag of omdat anderen iets ook doen



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 bedrijfsonderdeel dat 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.



Juist omdat bedrijfs-economisch rendement en MVO bij ons hand in hand gaan, zullen wij ons ook in de toekomst blijven richten op MVO

Vooruitblik en borging

Wij denken dat het maatschappelijk verantwoord bewustzijn zich zal blijven ontwikkelen. Juist omdat bedrijfseconomisch rendement en MVO bij ons hand in hand gaan, zullen wij ons ook in de toekomst blijven richten op MVO.

Hierbij zijn wij er bovendien van overtuigd dat de kreet 'je bent er nooit' zeker opgaat. De MVO Borgingscommissie zal daarom haar werk; zorgdragen voor discussie en bewustwording, voortzetten.

Borgingscommissie

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 in een zogenaamde borgingscommissie deelverantwoordelijk gemaakt voor de specifieke onderwerpen die passen bij hun dagelijks werk en aansluiten bij hun expertise.

De MVO Borgingscommissie bestaat uit:

William van Asseldonk	operation manager EM-TÉ supermarkten
Ruud Bilik	operations manager logistiek
Jeroen de Bree	directeur P&O Sligro Food Group
Yvonne Donkers	medewerker support management Sligro
Ivan Huntjens	hoofd kwaliteitsdienst Sligro Food Group
Wilco Jansen	hoofd communicatie Sligro Food Group
Stefan van Lieshout	bedrijfsjurist Sligro Food Group
Coen Mannaerts	accountmanager Sligro Bezorgservice
Ad Reijners	projectmanager EM-TÉ supermarkten
Jan Karel Renaud	operation manager Sligro Zelfbedieningsgroothandel
Willibrord van Sambeek	manager electrotechniek Sligro Food Group
Maurice van Veghel	directeur ICT Sligro Food Group
Jos van der Wijst	inkoper Sligro Food Group

MVO-lunches

Eén van de doelstellingen voor 2008 van de MVO Borgingscommissie was om in het kader van bewustwording een Sligro Food Group-brede MVO-discussie te gaan voeren. Daarvoor hebben wij de zogenaamde MVO-lunch in het leven geroepen. Een praktische en prettige manier om met elkaar te discussiëren én een stap te zetten richting bewustwording.

In april, mei en juni zijn met diverse groepen medewerkers MVO-lunches gehouden. Tijdens deze lunch zijn gestructureerde discussies gevoerd over diverse onderwerpen met betrekking tot duurzaamheid. Denk daarbij aan samenwerking met voedselbanken, werkomstandigheden (werkplek en werkdruk), brandstofverbruik, duurzame vis, wat mag MVO kosten en een inkoopbeleid. De MVO-commissie is tevreden over de resultaten en heeft deze gebruikt bij de formulering van haar speerpunten voor 2009.

Naast bewustwording is 'balans' een steeds terugkerend thema. Immers nuance en een balans tussen zaken als rendement, werkgelegenheid en andere meer bedrijfseconomische doelstellingen en MVO doelstellingen, daar streven wij naar.

In 2009 willen wij ons assortimentsgroepoverstijgend inkoopbeleid nadrukkelijker vormgeven zodat het, naast transparantie, onze inkopers ook concrete handvatten biedt in het kader van maatschappelijk verantwoord inkopen.

Colofon

Sligro Food Group Nederland B.V.

Corridor 11

Postbus 47

5460 AA Veghel

Telefoon: (0413) 34 35 00

E-mail: mvo@sligro.nl

Internet: www.sligrofoodgroup.nl

Tekst

MVO Borgingscommissie Sligro Food Group

Fotografie

William Opheij

Mischa Rapmund



Mixed Sources

Productgroep uit goed beheerde bossen
en andere gecontroleerde bronnen
www.fsc.org Cert no. SCS-COC-002505
© 1996 Forest Stewardship Council

Studio Sligro Food Group, Veghel

Druk

Bek Grafische Producties, Veghel
