

## Halfjaarcijfers

2009



Amsterdam, 16 juli 2009

## Agenda

- |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| • Welkom              | Koen Slippens      |
| • Halfjaarcijfers     | Huib van Rozendaal |
| • Foodretail          | Koen Slippens      |
| • Foodservice         | Koen Slippens      |
| • Vooruitzichten 2009 | Koen Slippens      |





Winst- en verliesrekening					
	2009	2008	Toe-	2009	2008
	x €mln	x €mln	name%	%	%
Omzet	1086	1078	0,7	100,0	100,0
Bruto winst	248	247	0,3	22,9	23,0
Overige bedrijfsopbrengsten	0	6	(91,7)	0,0	0,5
Kosten	(187)	(188)	(0,3)	(17,3)	(17,5)
Ebitda	61	65	(6,4)	5,6	6,0
Afschrijving/amortisatie	(25)	(24)	5,4	(2,3)	(2,2)
Ebit (bedrijfsresultaat)	36	41	(13,2)	3,3	3,8
Rente e.d.	(1)	(4)	(86,8)	(0,1)	(0,3)
Winst voor belasting	35	37	(6,5)	3,2	3,5
Belasting	(8)	(9)	(8,2)	(0,7)	(0,9)
Netto winst	27	28	(6,0)	2,5	2,6

## Segmentatie resultaat

x €miljoen	Foodservice		Foodretail <sup>2)</sup>	
	2009	2008	2009	2008
Netto omzet	724	699	362	379
Overige bedrijfsopbrengsten	0	3	0	3
Bruto bedrijfsresultaat (ebitda)	50	50	11	15
Bedrijfsresultaat (ebit)	37	38	(1)	3
Ebitda in % van de omzet	6,9	7,1	3,0	3,9
Ebit in % van de omzet	5,1	5,4	(0,3)	0,9
Netto investeringen <sup>1)</sup>	21	25	2	(5)
Afschrijving en amortisatie	(13)	(12)	(12)	(12)

1) In materiële en immateriële activa, op transactiebasis

2) Nieuwe indeling op basis van IFRS 8



## Segmentatie resultaat

### Rentabiliteit Netto Geïnvesteed Vermogen

In €mln	Foodservice		Food retail		Totaal	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
NGV (medio) <sup>1)</sup>	406	406	181	200	587	606
EBITDA (H1 – H2)	121	117	23	27	144	143
EBIT (H1 – H2)	94	93	(1)	5	93	98
<b>In % gemiddeld NGV</b>						
EBITDA	29,8	29,3	12,0	13,0	24,1	23,6
EBIT	23,1	23,2	(0,4)	2,5	15,6	16,1

1) Exclusief financiële activa



Sligro Food Group N.V., halfjaarcijfers 2009

<b>Kasstroomoverzicht (€ mln)</b>		
	<b>2009</b>	<b>2008</b>
Uit bedrijfsoperaties	71	58
Rente e.d.	(1)	(5)
Vennootschapsbelasting	(9)	(7)
<b>Uit operationele activiteiten</b>	<b>61</b>	<b>46</b>
Acquisities/verkopen	0	1
Netto investeringen	(20)	(18)
<b>Uit investeringsactiviteiten</b>	<b>(20)</b>	<b>(17)</b>
Langlopend krediet / deelneming	(17)	(15)
Dividend	(19)	(14)
<b>Uit financieringsactiviteiten</b>	<b>(36)</b>	<b>(29)</b>
Mutatie geldmiddelen en kortlopende schulden	5	0
Stand begin boekjaar	1	(29)
Stand medio boekjaar	<u>6</u>	<u>(29)</u>



<b>Balans (vóór winstbestemming)</b>					
<b>x € mln</b>	<b>27/06</b>	<b>27/12</b>		<b>27/06</b>	<b>27/12</b>
	<b>2009</b>	<b>2008</b>		<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Vaste activa</b>			<b>Eigen vermogen</b>	433	426
Immaterieel	173	177			
Materieel	284	283	Voorzieningen	32	34
Vastgoedbeleggingen	25	25			
Financieel	41	41	Schulden lang	141	154
	<u>523</u>	<u>526</u>			
<b>Vlottende activa</b>			<b>Schulden kort</b>		
Vorraden	177	200	Banken	40	53
Vorderingen ed	102	124	Crediteuren	111	129
Voor verkoop aangehouden activa	2	2	Overige	65	79
Liquide middelen	18	23			
	<u>299</u>	<u>349</u>		<u>216</u>	<u>261</u>
	<u>822</u>	<u>875</u>		<u>822</u>	<u>875</u>



## Samenvatting 2009

Omzet (€ mln)	2009	2008	in %
Food retail	362	379	(4,4)
Foodservice	724	699	3,5
Totaal	<u>1086</u>	<u>1078</u>	0,7
Autonome omzetgroei <sup>1)</sup>	4,1%	8,3%	
Food retail	5,0%	5,7%	
Foodservice	3,7%	9,2%	

**1) Niet autonoom:**

Food retail: uitstroom Meermarkt/Attent en verkochte supermarkten

Foodservice: verkoop Rosenberg (2 mnd)



## Samenvatting 2009

**Brutowinst** van 23,0% naar 22,9% van de omzet

- Gewijzigde mix bedrijfsactiviteiten:
  - + Mix detailhandel/groothandel Food retail (66/34 → 75/25)
  - -/- Groei in Petrol bij Foodservice
- -/- Verhoogde actiedruk in Food retail en ZB groothandel
- -/- Intensieve klanten acquisitie bij bezorging Foodservice



## Samenvatting 2009

### Overige Bedrijfsopbrengsten (x € mln)

	2009	2008
Huuropbrengsten	1,5	1,9
Boekwinsten <sup>1)</sup>	(1,0)	3,8
Reële waarde vastgoed	0	0,2
	<u>0,5</u>	<u>5,9</u>
Foodservice	0,2	2,9
Food retail	0,3	3,0

1) Afstoten van niet aangewend onroerend goed ultimo 2008 nagenoeg afgesloten, verlies in 2009 betreft verkochte supermarkten



## Samenvatting 2009

### Totale kosten<sup>1)</sup> van 19,7% naar 19,6% van de omzet

- Gewijzigde mix bedrijfsactiviteiten
  - + Mix detailhandel/groothandel Food retail (66/34 → 75/25)
  - -/- Groei in Petrol bij Foodservice
- Besparingsprogramma's:
  - -/- PLOP- project
  - -/- Optimalisatie Retail distributiecentra
- + Kosten die samenhangen met uitvoering Masterplan Food retail

<sup>1)</sup> Inclusief afschrijvingen en amortisatie



## Samenvatting 2009

**Bedrijfsresultaat (EBIT)** - 13,2% € 36 mln (van 3,8% naar 3,3%)

Afname door minder overige bedrijfsopbrengsten (boekresultaten).

In € mln	Foodservice		Food retail		Totaal	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
EBIT	36,7	37,7	(1,1)	3,3	35,6	41,0
EBIT(excl. o.b.o.)	36,5	34,8	(1,4)	0,3	35,1	35,1
EBIT %	5,1	5,4	(0,3)	0,9	3,3	3,8
EBIT(excl. o.b.o.) %	5,0	5,0	(0,4)	0,1	3,2	3,3



## Samenvatting 2009

**Financiële baten en laten** - 86,8% € 0,5 mln (van 0,3% naar 0,1%)

	2009	2008
Netto financieringslasten	(3,5)	(5,6)
Deelnemingsresultaat	3,0	2,2

- Financieringslasten gedaald door schuldafname en lagere tarieven
- Toename deelnemingsresultaat Spar en Smeding
  - In 2009-I € 2,8 mln dividend (2008-I: € 1 mln)



## Samenvatting 2009

<b>Netto winst</b>	€ 26,8 mln (€28,4 mln)	- 6,0 %
<b>Winst per aandeel</b>	€ 0,61 (€0,65)	- 6,2 %



## Samenvatting 2009

**Kasstroom uit operationele activiteiten:** € 61 mln (2008: €46 mln)

- Veel meer focus op werkkapitaalbeheersing
- Vermindering werkkapitaal 2009-I: € 13 mln (2008-I: nihil)
  - Voorraadvermindering € 23 mln bij gelijke servicegraad

**Kasstroom uit investeringsactiviteiten:** € 20 mln (2008: € 17 mln)

- "Bruto" investeringsniveau lag in 2008 hoger maar toen € 9 mln desinvesteringsopbrengsten.

**Vrije kasstroom<sup>1)</sup> €41 mln (2008: €29 mln)**

1) Voor dividend





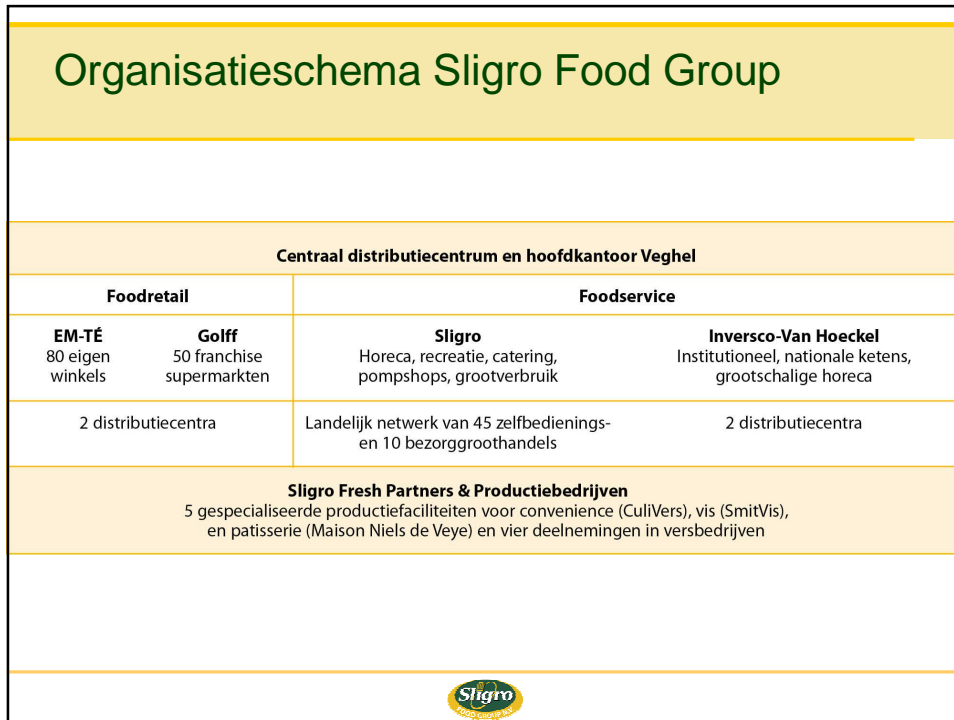
## Samenvatting 2009

Netto rentedragende schuld x € mln	27-06 2009	27-12 2008
Bruto	181	207
Liquiditeiten	(18)	(23)
Netto	<u>163</u>	<u>184</u>

Vrije kasstroom aangewend voor € 21 mln schuldvermindering en voor € 19 mln dividend.

Gemiddelde rentelasten 2009-II circa 3%





## Marktontwikkelingen Foodretail 2009

### Ontwikkeling diverse onderzoeksbureaus loopt uiteen:

	2008		2009 (groei in%)	
	x € mld	groei %	t/m wk 12	t/m wk 24
GfK	30,0	6,2	1,2	4,2
Nielsen	30,4	6,7	3,7	4,6
IRI	30,5	6,5	2,7	3,2
CBS	31,1	7,3	3,2	nb
EM-TÉ wk 12 resp. 24			4,4 <sup>1)</sup>	5,7
EM-TÉ wk 13 resp. 26			5,8 <sup>1)</sup>	5,8

1) Verschuiving Pasen



## Marktontwikkelingen Food retail 2009

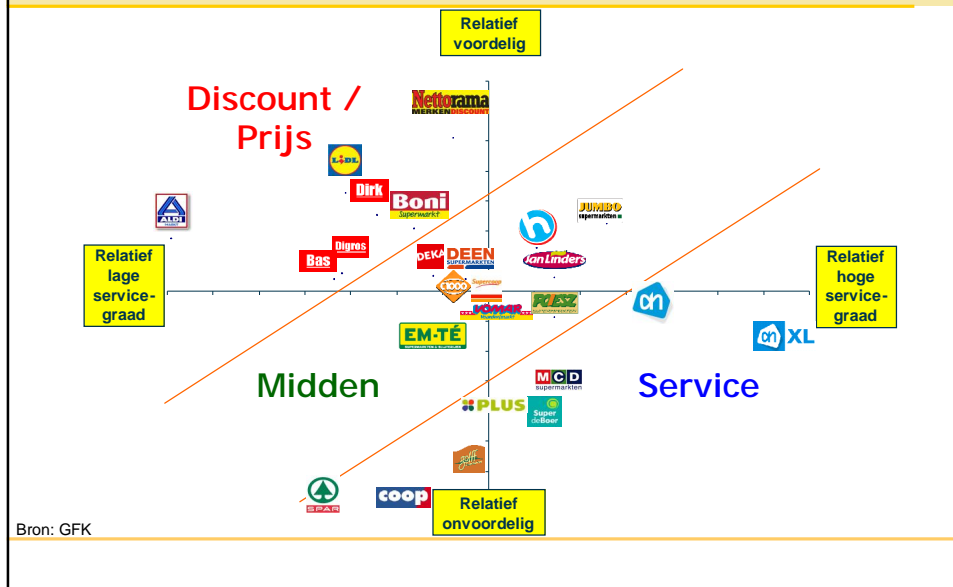
- Cumulatieven geven beter inzicht dan (GfK) kwartalen
- Markt blijft goed op peil
- Bezoekfrequentie neemt toe
- Meer aandacht voor (actie)prijzen en eigen merken
- Beperkte toename marktaandeel harddiscount, vooral door toename aantal winkels<sup>1)</sup>

1) Gemiddeld aantal winkels in 2008:

Totale markt	4.900 (2007: 4.929)
Hard discount	852 (2007: 809)



## Zomerrapport GfK 2009



## Ontwikkeling EM-TÉ en Golf

	<u>EM-TÉ</u>	<u>Golf</u>	<u>Totaal</u>
<b>Ultimo 2008</b>	<b>84</b>	<b>55</b>	<b>139</b>
Naar Spar	-	-3	-3
Verkocht/gesloten	-2	-4	-6
<b>Medio 2009</b>	<b><u>82</u></b>	<b><u>48</u></b>	<b><u>130</u></b>



## Ontwikkeling EM-TÉ en Golff

	Aantal		x € mln		Index omzet	
	Medio 2009	Ultimo 2008	Cons. 2009	Omzet 2008	zelfde locaties 2009	2008
EM-TÉ	82	84	293	273	106	107
Golff	48	55	126	145	102	105
<b>Totaal</b>	<b>130</b>	<b>139</b>	<b>419</b>	<b>418</b>	<b>105</b>	<b>106</b>



## Ontwikkeling EM-TÉ en Golff

Identieke consumentenomzet (%)

	Q1 <sup>2)</sup>	Q2 <sup>2)</sup>	2009-I
EM-TÉ	5,8	5,8	5,8
Golff	2,8	2,1 <sup>1)</sup>	2,4
<b>Totaal</b>	<b>4,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,8</b>
Markt			<b>ca. 4</b>

1) Afname ivm uitlopen voorraad bij winkelmutaties

2) Kwartaal op basis van 13 weken



## Food retail 2009-I bij Sligro Food Group

### Operationeel

- Arbeidsproductiviteit
- Vloerproductiviteit (2009-I: € 120/m<sup>2</sup>, 2008: € 112/m<sup>2</sup>)
- Supply chain
- Management informatie/ sturing
- Routine
- Beheersmaatregelen
- Ons Huis EM-TÉ



## Food retail 2009-I bij Sligro Food Group

### Commercieel

- Prijs positionering
- Actie beleid
- Instore signing ontwikkeling

### EM-TÉ franchise

- Goede vorderingen gemaakt in onderhandelingsproces

### Rationalisering vestigingennetwerk

- 9 vestigingen afgestoten



## Food retail focus 2009-II

- Geleidelijke verschuiving focus van interne/ operationele naar externe/ commerciële aspecten
  - “Laden” formule
  - Consequente communicatie (signing, folder, promoties, kernwaarden)
  - Ultieme klantgerichtheid
- Verdere rationalisering vestigingnetwerk
- Verankeren operationele disciplines
- Afronding onderhandeling EM-TÉ franchise



## Foodservice

- Marktontwikkeling
- Ontwikkeling binnen Sligro Food Group
- Plannen 2009-II/ 2010



## Marktontwikkeling Foodservice 2009-I

- Markt als gevolg van crisis fors onder druk
- Foodservice Instituut schatting; omzet 2009-I +/- 6,5% (lijkt ons overdreven)
- Effecten verschillen sterk per segment en regio
  - Horeca Q1 volume -9%, omzet -6% (bron CBS)
  - Binnen horeca sterke verschillen (cafés/hotels -9%, restaurants -5,6%, fast-food + 1,5%)
  - In grote steden extra druk
- Ondernemers blijven optimistisch gestemd, ook t.a.v. korte termijn



## Marktontwikkeling Foodservice 2009-I

- Consument is behoudend met bestedingen
- Prijs/kwaliteit
  - De gekheid is er af, wel blijven genieten
  - "Value for Money" formules doen het goed
- Duurzaam ondernemen blijft ondanks de crisis een thema





## Marktontwikkeling Foodservice 2009-I

Enkele specifieke marktsegmenten:

- Onderwijs
  - Relatief positieve ontwikkeling
  - Verantwoord/ "balance" food
  - Breakpoint concept Sligro
- Petrol
  - Bestedingen klant onder druk
  - Blijvend groot convenience segment
  - Faillissement 2 groothandels
  - In omzet veel accijns begrepen



## Marktontwikkeling Foodservice 2009-I

Enkele specifieke marktsegmenten:

- Institutioneel
  - Relatief positieve ontwikkeling
  - Minder zekere debiteuren (blijft vrij safe)
  - Convenience → van koken naar kopen
  - Meer horeca/gastvrijheidinvloeden
- Recreatie/dagrecreatie
  - Goed voorjaarsweer
  - Meer vakanties in Nederland t.o.v. buitenland
  - Besteding per gast wat onder druk



## Foodservice bij Sligro Food Group

### Algemeen

- Autonome omzetontwikkeling van 3,7% waarmee de marktontwikkeling fors wordt overtroffen
  - Intensieve acquisitie
  - Kracht Sligro-formule
  - Kwaliteit van dienstverlening
- Groei in Petrol segment o.a. door aanbodsanering
- Ook zonder dit effect groei in Foodservice
- Zelfs omzettoename bij segment restaurants
- Goede spreiding over diverse segmenten
- Uitbreiding en upgrading vestigingsnetwerk, nu en in het recente verleden



## Foodservice bij Sligro Food Group

### Sligro

- Zelfbediening is minder cyclisch dan bezorging
- Sligro-formule verslaat de marktontwikkeling ruimschoots
- Onderliggend redelijke marge ontwikkeling, maar enige druk door klantenmix en commerciële acties
- Kosten goed onder controle ondanks stijgende transport- en personeelskosten in 2009-I



## Foodservice bij Sligro Food Group

### Sligro

- Intensivering van commerciële activiteiten en promoties in zowel zelfbediening als bezorging
- Opening Sligro Roermond (type II)
- Uitbreiding en upgrading Sligro Emmen, Deventer, Nijmegen en Haarlem
- Goede doorontwikkeling na recente verbouwing te Heerlen, Den Bosch
- Start Buitendienst Ondersteuning Model (BOM)



## Foodservice bij Sligro Food Group

### Institutioneel

- Autonome omzetontwikkeling onder druk door verlies van één groot contract in 2008-I
- Vanaf 2009-II weer groei
- Forse portefeuille van acquisitie “kansen” à in de markt komende contracten
- Integratie Inversco binnen Sligro Food Group
  - Eerste grote stappen systeem- en organisatorische integratie gezet
  - Afronding 2009-II en 2010



## Marktontwikkeling Foodservice 2009-II

- Inflatie loopt er uit door vergelijkingsbasis
- Rookvrije Horeca (is die er nog?) in vergelijkende cijfers
- Besteding door consumenten (waarschijnlijk) verder onder druk doordat economie geleidelijk invloed krijgt op inkomen
- “Value for Money” blijft het redelijk doen
- Crisis geeft in de markt en concurrentieveld voor SFG zeker ook kansen



## Foodservice plannen 2009

### Zelfbediening:

- Pilot upgrade Non Food afdeling (breder assortiment, niet dieper, shopper aantrekkelijkheid)
- Afronding uitbreiding en upgradering Sligro Haarlem tot type III (gereed Q3 09)
- Upgradering (complete remodeling) Sligro Arnhem type III (gereed Q4 09)
- Uitbreiding en upgradering Sligro Roosendaal tot type III (gereed H1 10)
- Uitbreiding Sligro Breda en Nieuwegein (gereed 2010)
- Oriëntatie nieuwe locaties zoals bijvoorbeeld Almere, A'dam West/ Zaanstad



## Foodservice plannen 2009

### Bezorging

- Opening SBS Midden Nederland te Nieuwegein (gereed H1 10)
- Oriëntatie op één grote Sligro/Inversco bezorglocatie te Amsterdam
- Verdere integratie institutioneel Inversco – Van Hoeckel (gereed 2010)
- (Verdere) uitrol diverse efficiency- en kwaliteitstools (BOM, PLOP, Expeditie scanning, Bestelmodules, E-commerce) welke de afgelopen tijd zijn ontwikkeld.



## Vooruitzichten 2009-II



## Vooruitzichten 2009-II

### Algemeen:

- Afnemende marktgroei in zowel Foodservice als Food retail

### Food retail:

- Concentratie op masterplan Food retail
- Afronding van de (primaire) interne gerichtheid op operatie
- Overgang naar meer marktgerichtheid
- Verdere rationalisering vestigingennetwerk
- Verder herstel van het bedrijfsresultaat



## Vooruitzichten 2009

### Foodservice:

- Ondanks meer druk op de markt, omzetgroei in 2009-II
- Druk op marges door meer prijsgevoeligheid
- Intensivering kostenbesparingsprogramma
- Kansen benutten (ook autonoom) die zich ongetwijfeld voor gaan doen de komende periode
- Sterke basis om te profiteren van herstel in de markt

### Financieel:

- Geen concrete voorspelling
- Versterking van financiële positie door winsthouding en werkkapitaalbeheersing



## Halfjaarcijfers

2009

