

# SLIGRO: JUIST NU IN GROEI INVESTEREN

TEKST: MARTIN VOORN

Supermarkten ontketenen weer een prijsoorlog en groothandels hebben het niet makkelijk. 'Dit is het moment om je domein uit te breiden.' Een interview met bestuursvoorzitter Koen Slippens.

## De omzet van supermarkten stijgt flink, bij u ook?

"Ja, althans in het afgelopen jaar. In 2008 is de markt fors gegroeid, met een procent of 6. De afname van de groei zie je echter al in de loop van 2008 ontstaan en dat gaat dit jaar door. De inflatie neemt af, die was in 2008 vooral in de agribusiness hoog en loopt er nu uit, daarnaast is er actie- en prijsdruk. Maar in zijn algemeenheid draait het voor de retailmarkt (supermarkten) goed. Wij

hebben in onze trading update 4,9 procent omzetgroei gemeld. Daarmee verslaan we de markt met ruim 2 procent, dus we doen het hartstikke goed. Het is wel een hele competitieve markt, met alle prijzenoorlogen en de koopkracht van de klant."

## Nieuwe prijsverlagingen van Albert Heijn en Jumbo...

"Ik ben daar niet blij mee, ik denk dat niemand daar blij mee is. We zakken met z'n allen naar een wat lager niveau, je haalt een stukje winstgevendheid uit de markt. In de retailmarkt zijn mensen het afgelopen jaar op acties aan het kopen. Maar ik zie geen trend van biefstuk naar gehaktballen."

## Maar de biefstuk moet wel in de aanbieding zijn...

"Juist. Dat zie je in de horeca precies zo gebeuren. Mensen willen echt hun geld wel uitgeven, maar de gekkigheid is ervan af. Retail is een redelijk niet-cyclische markt maar momenteel met veel concurrentie, prijsdruk en agressiviteit. Foodservice is deels cyclisch en deels niet-cyclisch. Het horecadeel van foodservice heeft het zwaar, laat dat helder zijn."

## Het lijkt logisch dat de groei bij de supermarkten verder gaat afnemen...

"Binnen food is de supermarkt het goedkoopste alternatief. Mensen geven wat minder uit in foodservice (horeca), maar blijven toch eten en geven wat meer uit voor retail. Nu kun je voor de prijs van een paar biertjes in een café wel een kratje bier kopen in de supermarkt. Los van de actiekoop is er een duidelijke trend gaande naar eigen mer-

ken. Dat is aan de ene kant positief, maar wel drukkend voor de prijs en omzet. Eigen merken zijn margetechisch interessant. Aan de ene kant profiteert retail van de dip in de foodservice. Aan de andere kant letten mensen beter op hun centjes. Dus ik verwacht niet dat die groei fors gaat versnellen in het tweede helft van dit jaar. Ik verwacht ook niet dat hij tot nul zakt. Er blijft groei ten opzichte van de afgelopen jaren, maar wel een wat lagere groei."

## ID KOEN SLIPPENS

### Geboren

30 mei 1967

### Functie

directievoorzitter  
Sligro Food Group

### Koersrendement:

-23,9% sinds  
aantreden op 21-9-2008

### Basissalaris

300.000 euro (2008)

### Externe functies:

- bestuurslid Stichting J & W van Heeswijk Holding
- bestuurslid Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel (CBL)

### Opleiding:

bedrijfseconomie, Universiteit van Tilburg

### Werkervaring:

1990 – 1998 Unilever  
1998 – heden Sligro Food Group

### Burgerlijke staat:

gehuwd

### Hobby's:

koken, theater, gezin

## ID SLIGRO FOOD GROUP

In Sligro Food Group zijn foodretail- en foodservicebedrijven actief, volgens een multichannelstrategie met verschillende verkoop- en distributie-vormen (zelfbediening en bezorging) en via verschillende distributiekanaal (detail- en groothandel).

### Foodretail

De foodretailactiviteiten bestaan uit circa 140 full service-supermarkten. Hiervan worden ruim tachtig in eigen beheer geëxploiteerd onder de EM-TÉ-formule en bijna zestig door zelfstandige ondernemers onder de Golf-formule.

### Foodservice

- De foodservice-activiteiten bestaan uit twee samenwerkende bedrijfsonderdelen:
- Sligro richt zich vanuit 44 grootschalige zelfbedieningsvestigingen en tien 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.