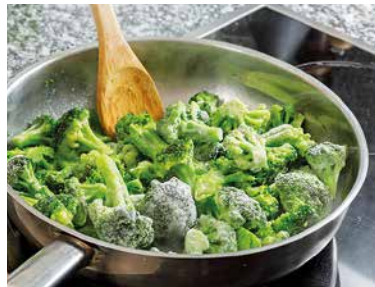


# GREENYARD



Hoogtepunten 2017-2018



*for a healthier future*

---

Mensen helpen gezonder te leven door hen te laten genieten van groenten en fruit op elk moment, op een makkelijke, snelle en aangename manier, met respect voor de natuur.

---

Greenyard wil mensen helpen gezonder te leven door hen op elk moment van de dag te laten genieten van groenten & fruit op een makkelijke, snelle en lekkere manier, met respect voor de natuur. We doen dat door onze klanten – waaronder de grootste Europese retailers – efficiënte en duurzame oplossingen te bieden via topproducten, marktleidende innovaties, operationele uitmuntendheid en uitstekende service. Met een totale omzet van meer dan 4 miljard euro is Greenyard wereldwijd één van de grootste aanbieders van groenten & fruit.

Greenyard bestaat vandaag uit drie segmenten:





## De basis leggen voor toekomstige groei


Met een duidelijke visie voor de toekomst en een nieuw managementteam legt Greenyard de basis voor de volgende stap.

/ 6

## Gezonde keuzes stimuleren

Levensstijlen en consumptie veranderen in een snel tempo. Daarom inspireert Greenyard consumenten om gezonde keuzes te maken.

/ 24

A hand is shown pouring a yellow liquid from a glass pitcher into another glass. The scene is set on a wooden tray containing several small bowls of fresh vegetables, including orange carrots and green tomatoes. In the background, there are more glasses and a large pitcher of red juice on a woven placemat.

## Voor een duurzame toekomst

Greenyard heeft zijn duurzaamheidsvisie afgestemd op de 2030 agenda voor duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties.

/ 28



KOEN HOFFMAN

HEIN DEPREZ

---

# De basis leggen voor toekomstige groei

*“We hebben een duidelijke visie voor een gezondere en duurzamere toekomst. Onze samenwerking met telers en retailers is cruciaal om in te spelen op de veranderende behoeften van consumenten. Met onze diensten, zoals verpakking, innovatie en categorie-, kwaliteits- en databeheer, voegen we waarde toe aan iedere schakel in de toeleveringsketen. Ons versterkte managementteam staat dichterbij de activiteiten van onze segmenten en onze klanten dan ooit. Iedere dag helpen onze toegewijde managers de drie segmenten weer een stapje vooruit om deze visie verder uit te bouwen.”*

Hein Deprez, CEO, Greenyard

*“Greenyard is een bedrijf met een inspirerende missie: het creëren van een gezondere toekomst voor iedereen door de consumptie van groenten en fruit te stimuleren. Als Onafhankelijke Voorzitter van de Raad van Bestuur verheug ik me erop om het bedrijf nog verder te laten groeien, met het oog op de belangen van alle aandeelhouders.”*

Koen Hoffman, Voorzitter van de Raad van Bestuur, Greenyard

## Een wereldwijde speler in het kort



verse groenten en fruit



diepvries- en bereide producten



potgrond



retailers in Europa



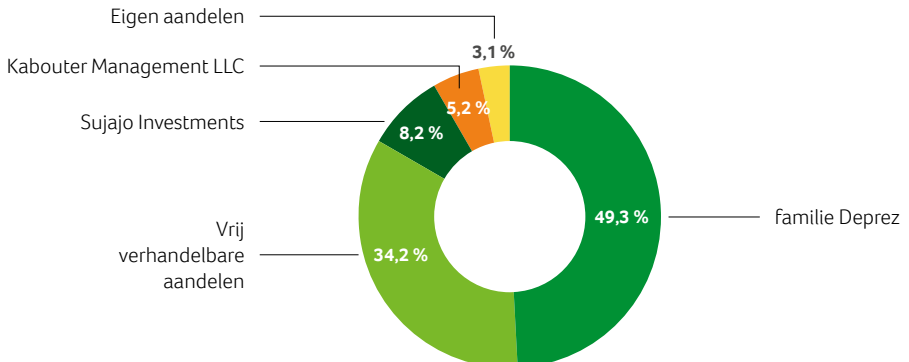
medewerkers



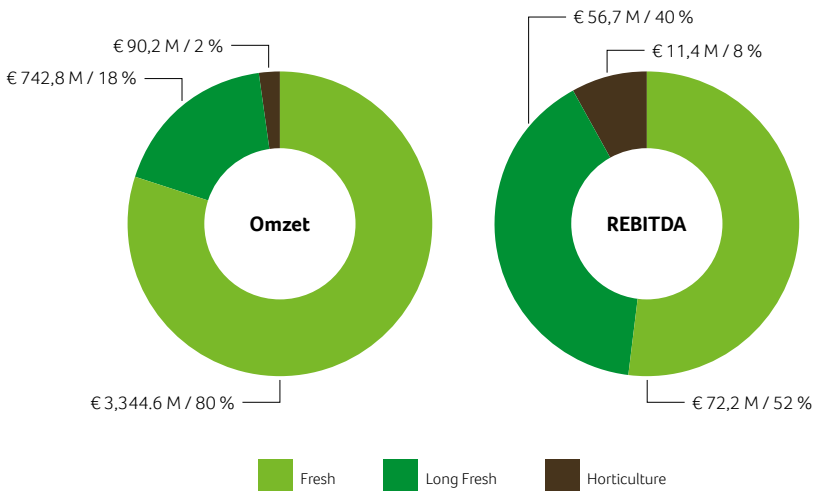
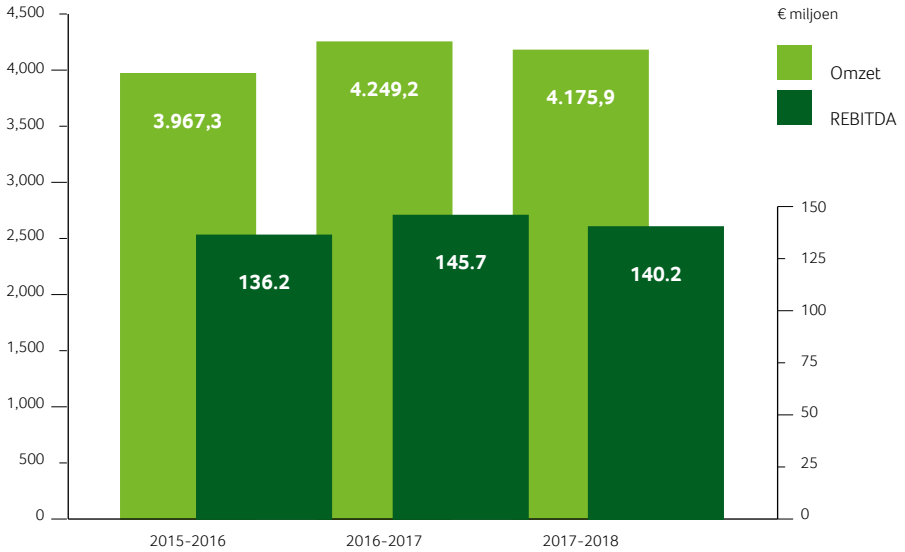
productiefaciliteiten

Greenyard is genoteerd op Euronext Brussel (TICKERS: GREEN BB; GREENY.BR) maar blijft grotendeels een familiebedrijf. Dat garandeert de nodige stabiliteit en zorgt voor een toekomstvisie op lange termijn.

### Aandeelhouderschap op 15.06.2018







# Gediversifieerde productportfolio

Greenyard verkoopt verse, diepgevroren en bereide groenten en fruit en speelt zo in op de behoeften van elke levensstijl, elke leeftijdsgroep en elk consumptiemoment. Onze divisie Horticulture vult ons aanbod aan met een ruime keuze aan potgronden voor professionele telers en hobbytuiniers.

- **Greenyard's Fresh segment** is een wereldwijde marktleider in verse groenten & fruit, bloemen & planten en logistieke diensten voor verse producten.
- **Greenyard's Long Fresh segment** omvat 2 divisies: Frozen en Prepared. Beide divisies oogsten verse groenten en fruit, die ze verwerken tot gebruiksklare producten.
- **Greenyard's Horticulture segment** is een Europese speler van formaat met een breed assortiment potgrond, bodembedekkers en bodemverbeteraars.

## Fresh



distributiecentra



volume



medewerkers

## Long Fresh



verwerkingslocaties



productie



medewerkers

## Horticulture



verwerkingslocaties



productie



medewerkers



# Hoogtepunten 2017-2018

**Juni  
2017**

## **Uittreding Gimv verbetert de vrij verhandelbare aandelen**

Gimv heeft een indrukwekkend track record als het gaat om succesvolle bedrijven naar een hoger niveau te tillen. Gimv was lange tijd een vertrouwde partner en aandeelhouder van Greenyard en heeft ons bedrijf geholpen bij een aantal grote transacties om onze groei te versterken. Ten tijde van de fusie in 2015 had Gimv nog steeds 11,8% van de totale beschikbare aandelen. Dit aandeel werd kort daarna gereduceerd tot 4,9%. In juni 2017 trok Gimv zich terug uit het Greenyard-aandeelhouderschap, omdat ze het gevoel hadden dat hun taak om Greenyard in een wereldwijde leider te veranderen, erop zat. Hierdoor verdubbelde de vrij verhandelbare aandelen van Greenyard naar circa 39% van alle aandelen.

## **Nieuwe vriestunnel Westrozebeke in bedrijf**

In juni 2017 werd de eerste batch erwten verwerkt door de nieuwe vriestunnel op de Greenyard Frozen-locatie in Westrozebeke. Met de moderne tunnel kan dezelfde hoeveelheid erwten worden verwerkt als met de vorige installatie, maar met 10% minder energieverbruik voor het koelen. Hij heeft een capaciteit van 19,8 ton erwten per uur en een jaarlijkse capaciteit van 45.000 ton groenten.



**September  
2017**

## **Aandelenterug- koopprogramma succesvol afgerond**

Greenyard heeft zijn aandelenterugkoopprogramma succesvol afgerond. Het programma liep van maart tot september 2017. In deze periode kocht Greenyard 1,75m aandelen terug, goed voor 3,94% van de totale beschikbare aandelen. Het doel is om de verwatering van converteerbare obligaties te beperken, toekomstige overnames te financieren en lange-termijn-incentiveplannen mogelijk te maken.





### Nieuw distributieplatform in de VS

Greenyard opent een splinternieuw distributiecentrum voor koelopslag in Swedesboro, New Jersey, US. De faciliteit van 14.771 m<sup>2</sup> bevindt zich op een strategische positie, dicht bij de belangrijke noordoostelijke havens. Tot op heden leverde Greenyard vooral citrusfruit en druiven aan retailers in de VS. De nieuwe faciliteit bekrachtigt onze ambitie om een volwaardige speler in groenten en fruit te worden in een van onze belangrijkste groeiemarkten.



### Greenyard Prepared breidt magazijn uit in Bree

Met de uitbreiding van zijn magazijn in Bree, België, bracht Greenyard Prepared de productievolumes van zowel Velden (Nederland) en Bree (België) samen op één locatie. Dit zorgt voor meer logistieke efficiëntie en minder kosten.

Oktober  
2017

### Koen Hoffman wordt onafhankelijk raadslid

Koen Hoffman wordt aangesteld als onafhankelijk, niet-uitvoerend raadslid van de Raad van Bestuur en volgt Marc Wittemans op die in juni 2017 aftrad. Hoffman heeft een indrukwekkende carrière achter de rug bij de Belgische bankengroep KBC van 1992 tot 2016, inclusief een periode als CEO van KBC Securities. Hij staat bekend om zijn expertise op het gebied van bedrijfsfinanciën en is tevens een onafhankelijk raadslid bij Fagron en Mithra.

Januari  
2018

### Greenyard versterkt management

Begin 2018, introduceerde Greenyard een nieuw, versterkt managementteam. Hein Deprez, voorheen Uitvoerend Voorzitter, wordt CEO van Greenyard en Carl Peeters, voorheen CFO, wordt COO. In september 2018 sluit ook de nieuwe CFO, Geert Peeters, zich erbij aan.

### Onderhandelingen met Dole eindigen zonder overeenkomst

Begin 2018 eindigden onderhandelingen over de overname van Dole Food Company zonder een overeenkomst. Greenyard behoudt het vertrouwen dat we de juiste strategie en prioriteiten hebben gesteld om winstgevende groei te realiseren en onze positie als wereldwijde marktleider te versterken.

Februari  
2018



April  
2018

## Moderne Duitse distributiecentra

Greenyard Fresh Germany heeft twee splinternieuwe distributiecentra geopend. Beide centra zijn voorzien van de nieuwste technologie op het gebied van rijping, value-added verpakking, temperatuur gecontroleerde opslag en zijn energie efficiënt. Met de nieuwe distributiecentra zal Greenyard zijn ecologische voetafdruk reduceren en inspelen op de behoefte van de klant in zijn grootste markt.

## Kabouter Management LLC wordt Greenyard aandeelhouder

Op 2 februari 2018, heeft Kabouter Management LLC Greenyard geïnformeerd dat ze 2.292.842 aandelen hebben overgenomen. De overname bevestigt dat het Amerikaanse investeringsbedrijf in onze langetermijnstrategie gelooft. Ze hebben nu 5,17% van de totale aandelen.

## Strategische inkoop via Mor International

Greenyard heeft 49% aandelen in Mor International verworven, met de mogelijkheid om in de toekomst meerderheidsaandeelhouder te worden. Mor International is een Israëlisch fruitinkoop en -exportbedrijf en staat bekend om zijn exotisch fruit van hoge kwaliteit en zijn langetermijnrelaties met belangrijke telers, zowel in als buiten Israël. De transactie versterkt onze strategie om direct contact met telers te onderhouden om zo kwalitatieve en verse producten aan consumenten te kunnen aanbieden.



FIRST  
in  
FRESH

## First-in-Fresh voor Carrefour

Greenyard Fresh en Carrefour Belgium versterken hun langdurige samenwerking met het First-in-Fresh logistiekplatform. Als onderdeel van het project voegt Greenyard Fresh meer dan 1.500 versproducten, zoals vlees, vis en bereide maaltijden, toe aan zijn bestaande groenten- en fruitassortiment voor de Carrefour franchise-winkels. Het platform tilt de logistieke diensten ook naar een hoger niveau, met een hogere leveringsfrequentie, kleinere bestellingen en kortere levertijden.



## Nieuw Velden-gebouw ingewijd

Greenyard Prepared heeft een deel van zijn fabriek in Velden, Nederland verbouwd. Het nieuwe gebouw werd in april ingewijd. Op de Veldenlocatie zijn nu alle activiteiten van Greenyard Prepared in Nederland gecentraliseerd, aangezien nu ook de activiteiten van de voormalige locatie in Horst zijn toegevoegd.

## Sterk leiderschap op alle niveaus

*Begin 2018 kondigde Greenyard een aantal grote veranderingen op managementniveau aan. Het management is op ieder niveau versterkt, van de aanstelling van Koen Hoffman als nieuwe Voorzitter van de Raad van Bestuur tot de aanstelling van managers voor alle bedrijfssegmenten. Duidelijk gedefinieerde rollen leiden tot betere en duidelijkere besluitvorming, gericht op het verbeteren van de dagelijkse bedrijfsvoering en het implementeren van de strategie, overal in de organisatie.*

### **Het Greenyard Leadership Team**

Het Greenyard Leadership Team bestaat uit acht leden van verschillende segmenten en afdelingen en hun voornaamste rol is de continue groei van het bedrijf en de uitvoering van de bedrijfsmissie te realiseren.

### **Eén team, één doel**

Het Leadership Team ondersteunt het bedrijfsmanagement, waaronder CEO Hein Deprez en COO Carl Peeters, bij het realiseren van hun doelstellingen en voert een aantal specifieke opdrachten van de Raad van Bestuur uit. Het team zal de strategie in de verschillende segmenten en divisies implementeren. Het team definieert ook doelstellingen, wijst de nodige middelen toe en werkt nauw samen met alle Greenyard-bedrijven om ze te ondersteunen en onze doelen als één bedrijf te behalen.

### **Dicht bij het bedrijf**

Het Leadership Team bestaat momenteel uit acht leden. Alle teamleden leggen hun eigen accenten en richten zich op specifieke projecten en prioriteiten binnen Greenyard. Vanwege hun activiteiten in de verschillende segmenten en divisies van het bedrijf, staan ze in nauw contact met Greenyard's klanten en leveranciers. Hierdoor kan het managementteam weloverwogen besluiten nemen en ze op een efficiënte en daadkrachtige manier implementeren.





*“Een nieuwe generatie managers is nu klaar om ons bedrijf naar het volgende niveau te tillen.”*

**Wie is wie?** (van links naar rechts)

Tim Van Londersele – Managing Director Fresh

Alexander Verbist – Group Legal Director

Carl Peeters – COO

Hein Deprez – CEO

Stefaan Vandaele – Managing Director Horticulture

Irénke Meekma – Managing Director Fresh/Bakker

Christine Buytaert – Group HR Director

Charles-Henri Deprez – Managing Director Long Fresh

## Samenwerking met de teler, direct contact onderhouden

*Greenyard werkt verder aan zijn strategie om direct contact met zijn wereldwijde telernetwerk te onderhouden. Door geprogrammeerde teelt te stimuleren, helpen we om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen, productafval tegen te gaan en winstgevende groei te realiseren. Als leverancier van hoogwaardige groeimedia speelt ons Horticulture segment een cruciale rol in het intensiveren van ons contact met telers en het verbeteren van de kwaliteit aan het begin van de keten.*

### Vraag en aanbod op elkaar afstemmen

Groenten en fruit zijn natuurlijke producten met een beperkte houdbaarheid. Greenyard werkt nauw samen met telers om ervoor te zorgen dat hun producten, het resultaat van veel zorg en hard werk, precies op tijd en in de juiste hoeveelheid aankomen bij retailers en consumenten. Door het anticiperen op verkoop- en consumententrends, stimuleren we telers om zich op de juiste producten te richten en voorkomen we overschotten en tekorten. Een duidelijke win-winsituatie voor alle betrokkenen.



## Greenyard Horticulture – de cirkel is rond

Het Horticulture segment speelt binnen ons bedrijf een belangrijke rol in het intensiveren van onze samenwerking met telers. Als leverancier van hoogwaardige potgrond en groeimedia, heeft Greenyard Horticulture toegang tot een groot netwerk van telers die eveneens potentiële leveranciers zijn van Fresh, Frozen en Prepared. De innovaties van Horticulture zijn gebaseerd op de nieuwste inzichten en verbeteren de opbrengst, verhogen de weerstand tegen ziektes en bieden smaakvollere producten. Dit is van belangrijke toegevoegde waarde aan het begin van de keten.

## Gezamenlijke inkoop – de Myciculturebenadering

*In een van de grootste Europese champignonproductiemarkten heeft Greenyard in december 2017 het Poolse bedrijf Mykogen overgenomen, dat bekend staat om zijn hoogwaardige groeimedia voor champignons. De overname is een voorbeeld van onze ontwikkeling richting gezamenlijke inkoop voor de verschillende divisies – Fresh, Frozen en Prepared. Hierdoor zal er nog maar één aanspreekpunt zijn voor champignontelers binnen Greenyard. Dit voorkomt de interne concurrentie tussen divisies voor dezelfde bron en vergroot de inkoopkracht. Hierdoor kunnen we vraag en aanbod van champignons ook beter op elkaar afstemmen voor alle divisies en bedrijven.*



## Samenwerking met de retailer – het Dedicated Customer Model

*Greenyard heeft zijn unieke Dedicated Customer Model verder geïmplementeerd. Door waarde toe te voegen aan iedere stap, van het delen van verkoopgegevens tot gezamenlijk nieuwe producten ontwikkelen, ontwikkelt Greenyard sterke allianties met zijn retailklanten. Het model wordt al een aantal jaren met succes ingezet bij een grote Nederlandse retailer en heeft geleid tot winstgevende groei van de groenten- en fruitcategorie. Dit samenwerkingsmodel wordt gebruikt als voorbeeld van wat de strategie voor andere klanten zou kunnen betekenen.*

### **De categorie groenten en fruit uitbreiden**

Voor veel retailers is de groenten- en fruitcategorie de belangrijkste, niet alleen op het gebied van omzet en marge, maar ook vanwege de waarde die de categorie heeft bij het versterken van klantenloyaliteit en imago. Greenyard gebruikt zijn expertise om retailers te helpen deze belangrijke categorie te verbeteren en uit te breiden. Onze ondersteuning kent verschillende vormen, van het delen van consumenteninzichten



tot het ontwikkelen van geheel nieuwe productassortimenten en innovatieve producten, geheel in lijn met de positionering en het merk van de retailer. Retailers worden ook geholpen bij het bepalen van een geschikt productassortiment voor iedere winkel, het organiseren van promoties in de winkel en het optimaliseren van verpakking en presentatie.

### Het delen van gegevens voor verse en tijdige leveringen

De verkoop van groenten en fruit kan van dag tot dag verschillen. Slechts één warme dag kan al een groot verschil maken in de verkoop. Door de samenwerking met retailers te versterken en kernprocessen te integreren, is Greenyard in staat om de juiste hoeveelheden van de juiste producten op het juiste moment te garanderen. Hierdoor worden tekorten en afval voorkomen. Gegevens delen met onze klanten, zoals forecasts, verkoopgeschiedenis en consumenteninzichten, is van cruciaal belang voor meer transparantie in de toeleveringsketen en zorgt voor betere resultaten voor iedereen.



# Inspiratie voor de klant, meesurfen op de voedingstrends

*Mensen worden steeds bewuster van wat ze eten en het effect van hun eetgewoonten op hun gezondheid en omgeving. Consumptiepatronen veranderen in een snel tempo, net zoals nieuwe levensstijlen. Met iedere dag nieuwe trends is het moeilijk om ons toekomstige voedingspatroon te voorspellen. Eén ding is echter zeker. Groenten en fruit zullen een doorslaggevende rol spelen.*

## 1. Versnipperde gezondheid

Gezondheid is de belangrijkste food-trend. Miljoenen mensen geloven dat voeding en gezondheid verbonden zijn en dat ze hun gezondheid kunnen beïnvloeden door de juiste voedingskeuzes te maken. Niet iedereen heeft echter dezelfde visie op gezond eten. Er bestaan veel verschillende meningen en waarheden: veganistisch, koolhydratenarm, suikervrij, ...

## 2. De kracht van planten

Ons toekomstige voedingspatroon is plantaardig. Het wordt steeds duidelijker dat groenten en fruit van essentieel belang zijn om de groeiende wereldpopulatie op een duurzame manier te voeden. Bovendien herontdekken mensen de overvloed aan smaken, kleuren, vormen en texturen

die natuurlijke producten te bieden hebben.

## 3. Aandacht voor onze planeet

Mensen krijgen steeds meer kennis over de impact die hun eetgewoonten hebben op het milieu. Ze verwachten van voedselbedrijven en retailers dat ze hun verantwoordelijkheid nemen door voedselafval te voorkomen, transportafstanden te verkorten, biodiversiteit te bewaken, verpakkingen te recyclen en gebruik te maken van imperfecte versproducten.

## 4. Nomadisch eten

Mensen leiden steeds meer een flexibele levensstijl. Werk, familie, opleiding, reizen en sociale evenementen lopen steeds meer in elkaar over. Vaste eetmomenten verdwijnen en maken



plaats voor consumptie onderweg. Voedselproducten worden opnieuw ontworpen en afgestemd op dit nieuwe consumptiepatroon.

### 5. Gemak XL

Mensen houden van eten gemaakt van verse ingrediënten. In onze drukke levens hebben we niet altijd tijd om eten te plannen, kopen en koken. Consumenten staan open voor iedere tijdbesparende oplossing, zoals het toenemende succes van kant-en-klaarmaaltijden bewijst. Maar mensen willen het verser, gezonder en veiliger.

### 6. De nieuwe Q

Onze romantische ideeën over landbouw maken langzaam plaats voor een rationelere benadering van eten, sterk beïnvloed door nieuwe technologieën om voedsel te telen, bewaren en produceren. De weg is nu vrij voor gepersoniseerd voedsel dat precies de voedingsstoffen bevat waar die persoon op dat moment behoefte aan heeft.





---

# Gezonde keuzes stimuleren

## Inspiratie voor de consument, focus op vier innovatieve platforms

*Om richting te geven aan onze inspanningen op het gebied van innovatie hebben we vier belangrijke opportuniteiten gekozen.*

### **Denk: maaltijdplossingen**

De gezonde maaltijdplossingen kennen een toenemend succes. Ze helpen mensen vanaf nul of met handige short-cuts recepten te bereiden met verse ingrediënten.

### **24/7 Gezond snacken**

Voedsel wordt aangepast om altijd en overal te eten. Verpakking, vorm en grootte worden aangepast op flexibele, mobiele levensstijlen.

### **Vlees- en visvervangers**

Mensen zoeken naar smaakvolle vlees- en visvervangers. Creatieve chefs spelen hierop in met plantaardige steaks, sushi of nuggets.

### **Meer, minder, beter**

De ecologische voetafdruk van voedsel is een grote zorg. Wat kunnen we doen om verpakkingen te verbeteren, afval te voorkomen en de impact van onze producten te verminderen?



## Kant-en-klare bonenmaaltijden in een zakje

Peulvruchten worden steeds populairder bij consumenten. Ze voegen extra bite en smaak toe aan iedere maaltijd en voorzien vegetariërs van een alternatieve plantaardige proteïnebron. Om de consumptie nog verder te stimuleren, heeft Greenyard Prepared een assortiment kant-en-klare bonenmaaltijden verpakt in zakjes toegevoegd aan zijn aanbod. De maaltijden zijn een combinatie van peulvruchten met kruiden, andere groenten en verschillende smaakvolle sauzen.

## De introductie van onze maaltijdpakketten in nieuwe markten

Greenyard Fresh heeft zijn maaltijdpakketten in nauwe samenwerking met een van zijn grootste klanten ontwikkeld. Het pakket bevat alle nodige ingrediënten om een verse, smaakvolle en gezonde maaltijd in minder dan een half uur te bereiden. Ze waren direct een succes in de Nederlandse thuismarkt en worden nu in andere markten en bij andere klanten geïntroduceerd. De pakketten worden in ieder geval zorgvuldig afgestemd op de positionering van de retailer en specifieke klantgewoonten.



## Bloemkoolrijst ontvangt belangrijke onderscheidingen



Sinds de introductie in 2016 heeft de bloemkoolrijst van Greenyard Frozen vele internationale onderscheidingen gekregen. De bloemkoolrijst is een koolhydraatarme vervanger voor rijst en een veelzijdig product dat op vele manieren kan worden gebruikt: om risotto te maken, als alternatief voor aardappelpuree of als basis voor een pizzabodem. Geheel in lijn met de gezonde voedseltrend, biedt het ook het gemak waar moderne consumenten naar op zoek zijn.

## Partner van Europa's grootste stadsboerderij

De Ferme Abattoir is gevestigd in Brussel, België en beslaat een oppervlakte van 4.000 m<sup>2</sup> en zal vers fruit, groenten, kruiden en vis leveren aan lokale winkels en restaurants. Greenyard Horticulture heeft speciaal voor dit project daks substraten ontwikkeld. In de serre worden de biologische Grow Bags gebruikt om tomaten, komkommers, paprika's en aardbeien te telen.



## Smoothies uit een automaat

Het Alberts Smoothiestation bereidt een persoonlijke smoothie op basis van uitsluitend natuurlijke ingrediënten: bevroren fruit, groenten en water. Het concept werd ontwikkeld door Alberts, een Belgische start-up en in de zomer van 2017 geïntroduceerd. Greenyard ondersteunt Alberts met startkapitaal en deskundig advies. Het idee achter de innovatie is eenvoudig en innovatief: snacks omzetten in een gezonde gewoonte.

**ALBERTS**  
U



---

# Voor een duurzame toekomst

*In 2017 heeft Greenyard een kader ontwikkeld dat is gebaseerd op de United Nations Sustainable Development Goals (SDG's).*

*Bij onze inspanningen op het gebied van duurzaamheid staan vijf pijlers centraal: mensen, planeet, welvaart, vrede en samenwerking. Als een van de grootste groenten- en fruitleveranciers ter wereld is Greenyard nauw betrokken bij de implementatie van de 2030 agenda voor duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties. Het raamwerk beschrijft onze visie op duurzaamheid en de belangrijkste focusgebieden van ons duurzaamheidsrapport.*





## Mensen – het welzijn van mensen bevorderen

Greenyard's belangrijkste missie is het zorgen voor een gezondere toekomst voor iedereen. Door mensen te stimuleren meer groenten en fruit te eten, leveren we onze bijdrage aan het bestrijden van wereldwijde gezondheidsproblemen, zoals de toename van obesitas. Maar we denken ook aan het welzijn van onze medewerkers. Niet alleen bieden we ze allemaal een veilige en gezonde werkomgeving, maar we stimuleren ze ook om hun kennis, vaardigheden en talenten te ontwikkelen.

### **Sociale werkvoorziening – onderdeel van ons DNA**

*In 2018 kreeg Greenyard Prepared de Integratieprijs van de stad Bree in België voor zijn inspanningen op het gebied van sociale werkvoorziening. Meer dan 50 mensen met een beperking voeren gespecialiseerde verpakkingstaken uit binnen de fabrieksmuren. Het project is een samenwerking met Bewel, een organisatie die mensen op weg helpt op de arbeidsmarkt. Greenyard Frozen heeft vier voormalig vluchtelingen in dienst in zijn fabriek in Westrozebeke in België.*

### **Zorgen voor de volgende generatie**

*In februari 2018 startte de vijfde editie van het NextGen-programma. Dit programma biedt jonge talenten binnen het bedrijf de kans om aan specifieke projecten te werken die van strategisch belang zijn. Recente voorbeelden van dergelijke projecten zijn employer branding, afvalvermindering en e-commerce. Deelnemers leren om te werken in internationale teams, over divisies, functies en disciplines heen. Sinds 2014 hebben 75 jonge talenten deelgenomen aan dit programma.*





## Planeet – zorgen voor verantwoord gebruik van hulpbronnen

De natuur is een van onze waardevolste leveranciers. Zonder de natuur zou ons bedrijf niet kunnen bestaan. Daarom geloven we in de verantwoorde en duurzame productie van voedsel en agrarische producten. We investeren in teeltmethoden die de natuurlijke bronnen die zo belangrijk zijn voor ons bedrijf beschermen en verzorgen. We richten ons op water- en energie-efficiëntie in al onze activiteiten en sluiten de cirkel door middel van een effectief afvalbeleid.

### **100% Verantwoorde veenproductie in 2018**

*Greenyard Horticulture heeft als doel gesteld om tegen het einde van 2018 alleen nog maar RPP-gecertificeerd veen te verkopen. Het doel van RPP is de langetermijnbeschikbaarheid van veen te waarborgen. Veen blijft een van de waardevolste bronnen voor groeimedia aangezien vervangers nog steeds onvoldoende beschikbaar zijn. Gecertificeerde bedrijven stemmen ermee in om natuurlijke veengebieden met hoge conserveringswaarde ongerept te laten, productie van aangetaste veengebieden te maximaliseren en locaties terug te brengen naar hun oorspronkelijke staat.*

### **Energie halen uit afvalwater**

*Greenyard Frozen UK heeft in zijn King's Lynn fabriek, die afvalwater behandelt, een 600-kW biogasmotor geïnstalleerd. Biogassen uit het afvalwater kunnen nu worden gebruikt door het Combined Heat and Power (CHP) pakket om elektriciteit en warmte te genereren voor de fabriek. Het CHP biedt 800.000 kW aan elektriciteit en 2.400.000 kW aan verwarming voor productieprocessen.*





## Welvaart – zorgen voor voedselbeschikbaarheid

Door een groeiende wereldbevolking, een hogere gemiddelde levensverwachting en landschaarste, moeten we nieuwe oplossingen bedenken om ervoor te zorgen dat er voldoende hoogwaardig voedsel voor iedereen is. Het stimuleren van groenten- en fruitconsumptie is één manier om op een duurzame manier in te spelen op de groeiende vraag. Maar er is meer nodig. Greenyard investeert in alternatieve methoden, innovatieve technologieën en nieuwe modellen die een belangrijke rol zullen spelen in het voldoen aan de toekomstige vraag naar voedsel.

### **De ontwikkeling van verticale landbouw**

*In september 2017 sloot Greenyard Horticulture een samenwerkingsverband met Urban Crop Solutions en de universiteit van Gent voor een vierjarig project voor de ontwikkeling van verticale landbouwtechnieken. Er zal gebruik worden gemaakt van biologisch beheerde substraten om de kwaliteit, smaak en weerstand van groenten en fruit te verbeteren.*

*Bakker Barendrecht, onderdeel van Fresh, werkt eveneens samen met zijn belangrijkste klant aan innovatieve cultiveringsmethoden, inclusief hightech verticale landbouwsystemen.*



ter beschikking gesteld door Urban Crop Solutions

*“De wereldbevolking overschrijdt de 8 miljard mensen tegen 2030. Er zal aanzienlijke innovatie nodig zijn om te voldoen aan de toenemende vraag naar voedsel.”*





## Vrede – het stimuleren van duurzame handel

Greenyard streeft ernaar om sociale, economische en milieuvoordelen te realiseren in de hele keten en hanteert de hoogste standaarden op het gebied van bedrijfsethiek en naleving. We werken nauw samen met telers en leveranciers voor training en ondersteuning en verbeteren de werkomstandigheden. Onze nieuwe, in 2017 geïntroduceerde gedragscode definieert de sociale normen en verantwoordelijkheden voor alle Greenyard activiteiten.

### **De medische zorg voor Ecuadoraanse medewerkers verbeteren**

*Greenyard Fresh heeft een gloednieuwe ziekenwagen aan het Rode Kruis in Ecuador gedoneerd. Het voertuig is speciaal ontworpen, gebouwd en uitgerust voor de uitdagende omstandigheden in Ecuador. In veel stedelijke gebieden schiet de medische zorg tekort en zijn acute reddingsacties niet te vergelijken met Europese standaarden. De ambulance, die in september arriveerde, zal de toegang tot tijdige en hoogwaardige gezondheidszorg verbeteren voor plantagemedewerkers in Ecuador.*



*“Voedselketens worden steeds complexer en bedrijven moeten de volledige verantwoordelijkheid nemen voor potentiële sociale en milieuproblemen.”*



## Samenwerking – samenwerking versterken in de keten

Greenyard koopt zijn groenten en fruit in bij een wereldwijd telernetwerk. Om onze ambitie om een verantwoordelijke leverancier van hoogwaardige, gezonde en duurzame producten te worden waar te maken, moet Greenyard nauw samenwerken met al zijn partners. Door training te geven, kennis te delen en werkstromen te optimaliseren, wordt duurzaamheid een speerpunt in al onze activiteiten.

### ***Kennis delen om de lokale productie te verhogen***

*Bakker Czech Republic heeft een programma opgezet om kennis te delen met telers en lokale productie te stimuleren. Twee Nederlandse telerfamilies zijn begonnen met het telen van broccoli in Tsjechië om te voldoen aan de vraag van hun klant naar lokale productie. Bakker Czech Republic heeft ook een specifiek merk opgericht om meer naamsbekendheid aan de producten in de winkel te geven.*





## OVER GREENYARD

Greenyard (Euronext Brussels: GREEN) is een globale marktleider in verse, vriesverse en bereide groenten & fruit, bloemen & planten en substraten. De Groep bedient een klantenbasis die onder andere de belangrijkste retailers in Europa omvat en biedt efficiënte en duurzame oplossingen voor klanten en leveranciers door aanbod van superieure producten, marktleidende innovaties, operationele excellence en een uitstekende dienstverlening.

Onze visie is mensen helpen gezonder te leven door hen te laten genieten van groenten en fruit op elk moment, op een makkelijke, snelle en aangename manier, met respect voor de natuur.

Greenyard telt meer dan 10.000 werknemers en is actief in 27 landen wereldwijd. Greenyard beschouwt haar werknemers en de relaties met haar belangrijkste klanten en leveranciers als haar belangrijkste activa die haar in staat stellen een omzet van meer dan 4 miljard op jaarbasis te realiseren.

**Greenyard NV** / Strijbroek 10 / 2860 Sint-Katelijne-Waver / België  
[www.greenyard.group](http://www.greenyard.group)

*for a healthier future*

---