



FrieslandCampina nin

nourishing by nature

In een oogopslag





Eiwitten, vetten, vitamines B2 en B12, mineralen, suikers... **melk**

Melk is een natuurlijke bron van voedingsstoffen en vormt de basis van een breed scala zuivelproducten. Van yoghurt, vla, zuiveldranken, kaas, boter en kindervoeding tot ingrediënten voor de voedingsindustrie.

Royal FrieslandCampina



11,3 miljard euro omzet



22.168 medewerkers



Vestigingen in **32** landen



Export naar meer dan **100** landen



19.054 leden-melkveehouders zijn de eigenaren van de onderneming



Elke dag **miljoenen** consumenten

Kerncijfers 2014

Elke dag voorziet Royal FrieslandCampina miljoenen consumenten verspreid over de wereld van zuivelproducten met waardevolle voedingsstoffen. FrieslandCampina levert consumentenproducten als zuivelranken, kindervoeding, kaas en desserts in een groot aantal Europese landen, in Azië en in Afrika. Ook worden producten geleverd aan professionele afnemers, waaronder room- en boterproducten aan bakkerijen en horecabedrijven. Daarnaast produceert FrieslandCampina ingrediënten en halffabricaten voor producenten van kindervoeding, de voedingsmiddelenindustrie en de farmaceutische sector wereldwijd. FrieslandCampina heeft vestigingen in 32 landen. De producten van FrieslandCampina vinden hun weg naar meer dan 100 landen. De vennootschap is volledig in handen van Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., met ruim 19.000 leden-melkveehouders in Nederland, Duitsland en België een van de grootste zuivelcoöperaties in de wereld.



Uitdagingen in de wereld

De wereldbevolking groeit naar verwachting tot ruim 9 miljard mensen in 2050. 70 procent van hen zal in grote steden wonen. Het voeden van deze groeiende populatie is een enorme uitdaging en heeft implicaties voor mens, dier én voor het milieu. Hoe kan er voldoende en betaalbare nutriëntrijke en energierijke voeding worden geproduceerd? Nu al is vruchtbare grond en schoon drinkwater schaars in veel gebieden in de wereld en de druk op het milieu wordt alleen maar groter. En zelfs als de beschikbaarheid van grond en water geen probleem zou vormen, blijven er dan genoeg boeren om ons dagelijks voedsel te produceren? En zullen zij hiermee voldoende inkomen realiseren om zichzelf en hun gezinnen te onderhouden? FrieslandCampina wil met zijn activiteiten een bijdrage leveren aan het oplossen van deze drie mondiale uitdagingen.



De groeiende wereldbevolking

- Het voeden van de groeiende wereldbevolking
- De beschikbaarheid van voldoende nutriënt- en energierijke voeding en de betaalbaarheid van voedsel voor brede bevolkingsgroepen
- Het behouden van voedselveiligheid en consumentenvertrouwen



Voldoende boeren om voedsel te verbouwen

- Jongeren interesseren voor het vak van boer door toekomstperspectief te bieden en daarmee in te spelen op de wereldwijd snel vergrijzende populatie boeren
- Boeren moeten een voldoende hoog inkomen kunnen realiseren voor een verantwoorde bedrijfsvoering en het creëren van een positieve toekomst voor zichzelf en hun kinderen
- Wereldwijd zijn 750-900 miljoen mensen voor hun inkomen afhankelijk van de melkveehouderij



Schaarste aan natuurlijke hulpbronnen

- Inspelen op de toenemende schaarste aan land, water en andere natuurlijke hulpbronnen door efficiënter te produceren
- Het verlagen van de CO₂-uitstoot en meer gebruik maken van hernieuwbare energie
- Bijdragen aan het behoud van biodiversiteit

Nourishing by nature

Mensen wereldwijd voorzien van de juiste voedingsstoffen is dé uitdaging. Melk bevat van nature essentiële voedingsstoffen, zoals eiwitten, vitamines B2 en B12 en mineralen zoals calcium. Door het aanbieden van betrouwbare en smakelijke zuivelproducten levert FrieslandCampina een bijdrage aan het veiligstellen van voedsel- en nutriëntenzekerheid. Daarbij streeft FrieslandCampina ernaar de druk op natuurlijke hulpbronnen en het milieu te beperken.

Elke dag waarderen miljoenen consumenten over de hele wereld FrieslandCampina's innovatieve en smakvolle zuivelproducten. FrieslandCampina brengt het beste van twee werelden samen. Het vakmanschap en ondernemerschap van de leden-melkveehouders wordt gecombineerd met de (internationale) expertise, klantoriëntatie en ervaring van de onderneming en haar medewerkers.

FrieslandCampina committeert zich aan hoge standaarden op het gebied van voedselveiligheid, persoonlijke veiligheid voor medewerkers, kwaliteit, duurzaamheid en transparantie in de gehele productieketen: 'van gras tot glas'. Het vormt de basis van het klant- en consumentenvertrouwen in de producten en verzekert de continuïteit die zo kenmerkend is voor de onderneming en de coöperatie.

FrieslandCampina gelooft in gedeelde waarden ('shared values'): het gelijktijdig realiseren van een toereikend inkomen voor de leden-melkveehouders, toegevoegde waarde voor klanten en consumenten, en persoonlijke groei en carrièreperspectief voor medewerkers. Tegelijkertijd is FrieslandCampina een meerwaarde voor de lokale samenlevingen waarin het actief is. Zo worden kansen gecreëerd en perspectieven geboden voor alle belanghebbenden.



Ambitie

De meest succesvolle, professionele en aantrekkelijke zuivelonderneming creëren voor zijn leden-melkveehouders, medewerkers, afnemers en consumenten en voor de samenleving door mensen wereldwijd essentiële voedingsstoffen uit zuivelproducten te bieden voor elke fase in hun leven

Groei-categorieën



Zuiveldranken



Kindervoeding
(B2B, B2C)



Merkkaas



Sterke posities
& geografische
groei



Foodservice
in Europa



Basisproducten

Inspelen op behoeften



Groei &
ontwikkeling



Dagelijkse
voeding



Gezondheid &
welzijn



Functionaliteit

Vaardigheden



Talent
management



Melkvalorisatie



Innovatie



Businessmodel &
kostenfocus

Fundament



Al 't goede
van zuivel



Ketenvoordelen



Duurzaamheid



Onze manier
van werken &
veiligheid

Strategie *route2020*: duurzame groei én waardecreatie

FrieslandCampina heeft de ambitie de meest succesvolle, professionele en aantrekkelijke zuivelonderneming te creëren voor leden-melkveehouders, medewerkers, afnemers, consumenten en voor de samenleving. De groeiende vraag op de wereldmarkt naar gezonde voeding die op duurzame wijze is geproduceerd, biedt kansen voor FrieslandCampina.

Om deze ambitie waar te maken heeft FrieslandCampina voor de periode 2010-2020 de strategie *route2020* geformuleerd. Sleutelwoorden daarin zijn duurzame groei en waardecreatie: duurzame groei van de onderneming en het tot maximale waarde brengen van alle door de leden-melkveehouders van de coöperatie geproduceerde melk.

FrieslandCampina streeft naar realisatie van de volgende doelstellingen:

- een toename van het aandeel toegevoegdewaarde- en merkproducten in het totale verkoopvolume;
- een verdere groei van het bedrijfsresultaat;
- een hogere prestatietoelage en een hogere uitgifte van ledenobligaties aan de leden-melkveehouders;
- minder dan 0,05 ongevallen met verzuim per 200.000 gewerkte uren;
- klimaatneutrale groei, in de gehele keten van koe tot consument.

FrieslandCampina investeert meer dan gemiddeld in de drie groeicategorieën zuiveldranken, kindervoeding en merkkaas. Deze categorieën worden ondersteund door research & development op het gebied van groei & ontwikkeling (van kinderen), dagelijkse voeding, gezondheid & welzijn en functionaliteit.

Doordat de onderneming Koninklijke FrieslandCampina N.V. een directe relatie heeft met Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., beheerst FrieslandCampina de gehele productieketen van boerderijmelk tot distributie. Hierdoor kan FrieslandCampina instaan voor de kwaliteit van zijn producten. In de samenwerking met de leden-melkveehouders wordt het accent gelegd op kwaliteit, voedselveiligheid en duurzame bedrijfsvoering.

FrieslandCampina streeft ernaar de voorziene groei, in de gehele keten van koe tot consument, klimaatneutraal te realiseren. De onderneming wil dit bereiken door samen met de leden-melkveehouders en ketenpartners te werken aan het verbeteren van de energie-efficiency, het verminderen van de uitstoot van broeikasgassen en het stimuleren van de productie van duurzame energie op melkveebedrijven.



Melk

FrieslandCampina biedt mensen waardevolle nutriënten, voor elk stadium in hun leven. Melk is het resultaat van het vermogen van melkvee om voor de mens onverteerbaar gras om te zetten in natuurlijke voedingsstoffen. Melk bevat essentiële nutriënten die het menselijk lichaam nodig heeft en zelf niet kan aanmaken: eiwitten, vitamines B2 en B12, en mineralen zoals calcium. Samen met de leden-melkveehouders bouwt FrieslandCampina zijn expertise steeds verder uit. Van het verbeteren van de kwaliteit van de weilanden tot het wereldwijd aanbieden van een keuze aan producten met verschillende smaken en toepassingen en het aanbieden van de best mogelijke ingrediënten voor de voedings- en farmaceutische industrie. Werken met melk is en blijft fascinerend.



...bron van natuurlijke voedingsstoffen

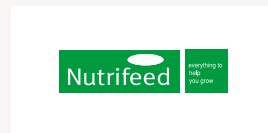
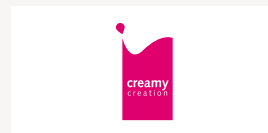
De snelle groei van de wereldbevolking heeft grote invloed op de beschikbaarheid van voedsel en grondstoffen. Mensen wereldwijd van de juiste voedingsstoffen voorzien is dé uitdaging. Circa 870 miljoen mensen wereldwijd zijn ondervoed. Meer dan 100 miljoen kinderen onder de vijf jaar lijden aan ernstig ondergewicht. Tegelijkertijd hebben meer dan 1,4 miljard volwassenen en 40 miljoen kinderen onder de vijf jaar overgewicht.

Melk levert op beide uitdagingen een positieve en belangrijke bijdrage, omdat melk per calorie relatief veel essentiële voedingsstoffen, zoals vitamines B2, B12, mineralen en eiwitten, bevat. Gezondheidsautoriteiten over de hele wereld bevelen zuivel dan ook aan als basisonderdeel van een gezonde voeding.



FrieslandCampina merken

Consument



Foodservice

Ingrediënten

Coöperatieve traditie

FrieslandCampina is een van de grootste zuivelondernemingen in de wereld, met een coöperatieve traditie van meer dan 140 jaar. De leden-melkveehouders in Nederland, Duitsland en België zijn via Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A. voor 100 procent eigenaar van Koninklijke FrieslandCampina N.V. Alle leden-melkveehouders zijn zelfstandige ondernemers. Hun vakbekwaamheid en professionalisme helpen FrieslandCampina de kwaliteit, veiligheid en duurzaamheid te garanderen. Ten behoeve van zijn leden werkt FrieslandCampina aan duurzame groei en waardecreatie.

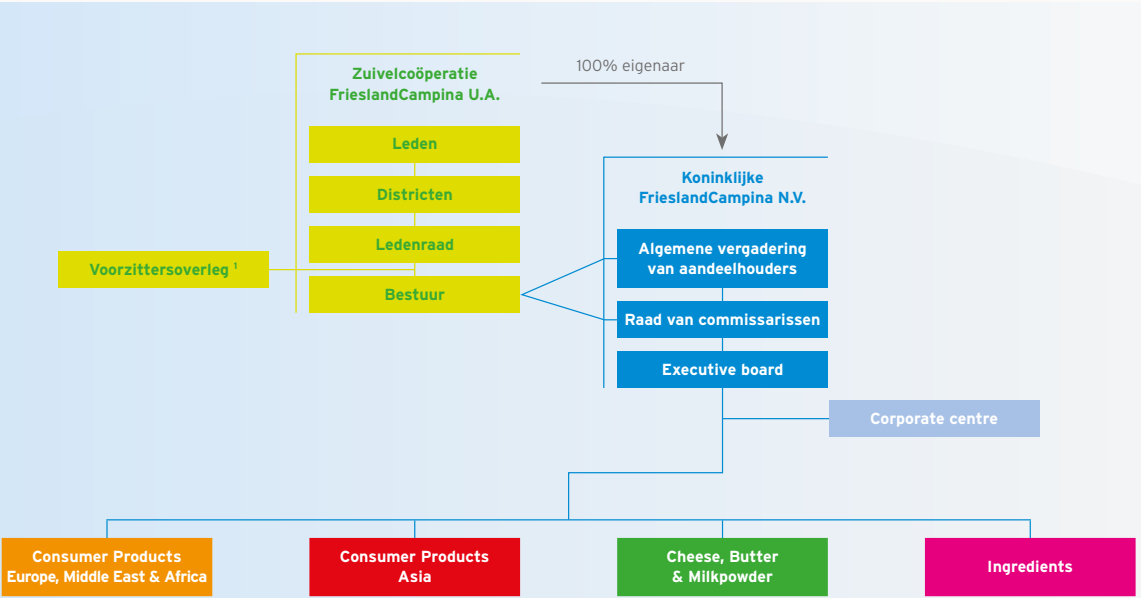


...continuïteit en duurzame groei

De 19.054 leden-melkveehouders (13.696 melkveebedrijven) vormen gezamenlijk de coöperatie. Het werkgebied van de coöperatie is verdeeld in 21 districten. De leden-melkveehouders in een district kiezen uit hun midden rechtstreeks de leden van de districtsraad. Zij vormen gezamenlijk de ledenraad, die uit 210 leden bestaat. Het bestuur bestaat uit negen leden. Ieder lid kan solliciteren op een bestuursfunctie. Een selectiecommissie selecteert de kandidaten en doet een voorstel aan de ledenraad die uiteindelijk een nieuw bestuurslid kiest. Het bestuur vormt samen met vier commissarissen

van buiten de coöperatie de raad van commissarissen. Het voorzittersoverleg bestaat uit de 21 voorzitters van de districten. Zij fungeren als klankbord voor het bestuur.

De coöperatie houdt alle aandelen in het kapitaal van de onderneming Koninklijke FrieslandCampina N.V. De activiteiten, die zijn ondergebracht in verschillende dochtervennootschappen, zijn verdeeld over vier business groups. Die houden zich bezig met het ontwikkelen, produceren en verkopen van zuivelproducten in een aantal markten en/of regio's.



¹ De voorzitters van de 21 districtsraden

Van gras tot glas

FrieslandCampina heeft een lange traditie in de zuivelsector. Samen met de leden-melkveehouders van de coöperatie beheerst en controleert FrieslandCampina de gehele productieketen van melk tot eindproduct - van gras tot glas. Dat garandeert de kwaliteit, veiligheid en duurzaamheid van de producten. FrieslandCampina onderscheidt zich door het ondernemerschap van de leden-melkveehouders, de optimale omstandigheden voor de melkveehouderij in West-Europa en de hoogkwalitatieve verwerking van melk tot een breed scala aan producten. Daarnaast zijn de kennis op het gebied van melkwinning, productie en producten, de korte toeleveringslijnen en de marktposities van FrieslandCampina kenmerkend voor de onderneming.



...kwaliteit in de gehele keten geborgd

Foqus

FrieslandCampina hanteert een eigen integraal kwaliteitsstelsysteem genaamd *Foqus* om de veiligheid en kwaliteit van zijn producten in de gehele productieketen te borgen. Met *Foqus* biedt FrieslandCampina consumenten, klanten en overheden de garantie dat de producten en productieprocessen voldoen aan hoge eisen op het gebied van voedselveiligheid, kwaliteit, veiligheid, arbeidsomstandigheden, brandveiligheid en milieu. Met behulp van een uitgebreid programma van trainingen en audits wordt de implementatie van *Foqus* in de productielocaties, bij de leden-melkveehouders en bij de grondstoffenleveranciers geborgd en continu gemonitord.

FrieslandCampina beheerst samen met de leden-melkveehouders van de coöperatie de gehele productieketen, van de boerderij tot aan het eindproduct. Bij de bewaking van de kwaliteit vormen de wettelijke eisen het uitgangspunt. Daarnaast worden aanvullende eisen gesteld. In *Foqus* zijn de verschillende internationale normen, zoals GMP+, HACCP, ISO 9001, ISO 22000, SSC 22000, OSHAS 18000 en ISO 14000 geïntegreerd. Op deze wijze kunnen zowel de afnemers van FrieslandCampina als de consumenten erop vertrouwen dat de producten veilig en van

hoge kwaliteit zijn en verantwoord worden geproduceerd. Elk jaar worden de *Foqus*-eisen opnieuw bekeken en indien nodig bijgesteld, zodat het stelsysteem altijd in lijn is met de nieuwste kennis en inzichten.

Foqus planet

Foqus bestrijkt de hele keten 'van gras tot glas' en begint bij de leden-melkveehouders van de coöperatie. Daar ligt immers de basis voor een goed, veilig en duurzaam geproduceerd zuivelproduct. Met het *Foqus planet* programma biedt FrieslandCampina zijn leden-melkveehouders de instrumenten voor het realiseren van een duurzame bedrijfsvoering en de productie van veilige melk van hoge kwaliteit. *Foqus planet* bestaat uit drie onderdelen: basiseisen, weidegang en duurzame ontwikkeling. Hierbij staan vier thema's centraal: bedrijf, koe, voer en melk. Via verschillende programma's kunnen leden-melkveehouders extra verdiensten realiseren en wordt duurzaamheid in de melkveehouderij verder gestimuleerd.



leden-melkveehouders



productie



transport



supermarkt



professionele gebruiker



consument



industriële producent

Innovatie

Innovatie is een belangrijke bouwsteen van FrieslandCampina's strategie *route2020* van duurzame groei én waardecreatie. De inspanningen op het gebied van innovatie en ontwikkeling concentreren zich op de categorieën zuiveldranken, kindervoeding en merkkaas. De aandachtsgebieden daarbij zijn: groei & ontwikkeling (van kinderen), dagelijkse voeding, gezondheid & welzijn en functionaliteit (structuur). FrieslandCampina richt zich met zijn innovatie op de realisatie van gezonde, voedzame, verantwoorde en lekkere voeding, waarin met name de voedingskundige voordelen van melk optimaal tot hun recht komen en de kosten en uitstoot van CO₂ zo laag mogelijk blijven.



...inspelen op behoeften

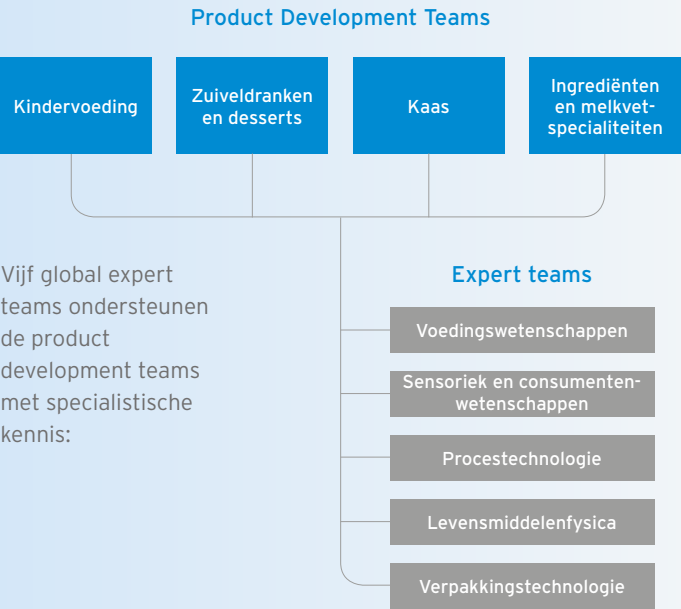
In het Innovation Centre van FrieslandCampina ontwikkelen wetenschappers, product- en procestechnologen continu nieuwe producten, processen en toepassingen met gebruikmaking van alle in melk aanwezige voedingsstoffen en componenten. Hiervoor wordt vooral onderzoek gedaan naar de relatie tussen de voedingsstoffen in melk enerzijds en groei, ontwikkeling, gezondheid en welzijn van consumenten over de hele wereld anderzijds.

FrieslandCampina wil zijn innovatiekracht vergroten door medewerkers uit verschillende disciplines als research & development, marketing, sales en supply chain nog intensiever met elkaar te laten samenwerken in een inspirerende omgeving. Innovatie vindt plaats in steeds grotere, open samenwerkingsverbanden. In Wageningen, in het centrum van de agrofood kennisinfrastructuur, kan FrieslandCampina gemakkelijker samenwerken met wetenschappers en andere bedrijven die in deze sector actief zijn. FrieslandCampina heeft zijn expertise op het gebied van innovatie en research & development daarom samengebracht in het Innovation Centre in Wageningen.

Het Innovation Centre met onderzoeksfaciliteiten, laboratoria, pilot plant en kantoren telt circa 320 R&D medewerkers. In het experience centre, de innovatiekeuken en proefbakkerij kunnen bezoekers en medewerkers van FrieslandCampina van over de gehele wereld in een inspirerende omgeving producten proeven, ruiken en voelen.



In de innovatieprojecten van FrieslandCampina werken experts in verschillende vakgebieden samen. FrieslandCampina Research & Development is georganiseerd in vier product development teams:



Het FrieslandCampina Development Centre in Singapore richt zich op de ontwikkeling van zuiveldranken en kindervoeding, specifiek toegespitst op de Aziatische consument. Het Development Centre vormt de logische schakel van het Innovation Centre van FrieslandCampina in Wageningen naar de Aziatische markt.



Onze manier van werken

'The Way We Work' van FrieslandCampina is een leidraad voor het creëren van de gewenste bedrijfscultuur en werkomgeving om de ambities waar te maken en de strategie *route2020* te realiseren. Gebaseerd op het potentieel van de onderneming wil FrieslandCampina kansen creëren voor zijn medewerkers over de hele wereld. Investeren in groei en ontwikkeling, met relevante opleidingen in een doelgerichte maar ook plezierige, collegiale en vooral veilige werkomgeving.



...investeren in de ontwikkeling van mensen

FrieslandCampina is een internationaal bedrijf met een sterk lokaal karakter: mensgericht, benaderbaar en open. FrieslandCampina wil een inspirerende en betrouwbare werkgever zijn die zorgt voor kansen, een goede en veilige werkomgeving en relevante trainingen en opleidingen. De onderneming is ervan overtuigd alleen met gemotiveerde en goed opgeleide mensen meer uit melk te kunnen halen en haar ambities waar te kunnen maken. Daarom staat het inspireren en motiveren van de medewerkers en het bevorderen van ondernemerschap bij FrieslandCampina hoog in het vaandel. Om dit te realiseren heeft FrieslandCampina 'The Way We Work' geïntroduceerd. De beoogde bedrijfscultuur en werkomgeving zijn erop gericht om individuele talenten zich maximaal te laten ontwikkelen en tegelijkertijd bij te dragen aan het realiseren van de ambities van de onderneming. Het inspireren en motiveren van medewerkers en het bevorderen van ondernemerschap staan hierbij centraal.

Dit vertaalt zich binnen de strategie *route2020* in een manier van werken waarin 'alignment', 'accountability' en 'action' centraal staan. Medewerkers worden gestimuleerd een voorbeeld te zijn op het gebied van veiligheid, samen uitdagingen aan te gaan, samen te groeien, zelf verantwoordelijkheid te nemen en besluitvaardig en daadkrachtig te zijn.

FrieslandCampina is altijd op zoek naar nieuw talent, in alle mogelijke disciplines van de onderneming. Iedere medewerker wordt op waarde geschat en wordt geholpen om zijn of haar kennis en kunde optimaal te ontwikkelen. Dat helpt FrieslandCampina verder, dat helpt onze medewerkers verder.

Duurzaamheid en verantwoordelijkheid

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) speelt een belangrijke rol in de realisatie van de strategie *route2020*. Als een van de grootste zuivelondernemingen in de wereld aanvaardt FrieslandCampina die verantwoordelijkheid door:

- de duurzaamheid van de melkveehouderij, van de verwerkingsketen en van de distributie van zuivel verder te vergroten;
- gezonde zuivelproducten te vermarkten, voedselzekerheid te bieden en nutritionele tekorten aan te pakken;
- kennis en expertise ter beschikking te stellen van kleine melkveehouders in Afrika en Azië, waardoor zij hun productiviteit en kwaliteit verbeteren en het gezinsinkomen verhogen;
- bij te dragen aan een levensvatbaar platteland, een voorwaarde voor voedselzekerheid;
- te streven naar klimaatneutrale groei; zowel op het niveau van de melkveehouderij als op bedrijfsniveau.



...op een duurzame en transparante manier meerwaarde creëren

Het uitgangspunt bij maatschappelijk verantwoord ondernemen is het creëren van meerwaarde voor zowel FrieslandCampina als de maatschappij. Deze meerwaarde kan voortkomen uit nieuwe manieren van denken, nieuwe producten, slimmere productieprocessen of samenwerkingen met zogenoemde niet-gouvernementele organisaties (ngo's) en andere stakeholders. De meerwaarde kan zichtbaar worden in financiële waardecreatie door het ontwikkelen van nieuwe producten of een verdieping van de relatie met klanten. Daarnaast kan er ook maatschappelijke waarde ontstaan door in te zetten op gezondheid of het tegengaan van ondervoeding. In het MVO-beleid van FrieslandCampina is deze shared value leidend, zodat niet alleen de continuïteit van FrieslandCampina gewaarborgd blijft, maar ook de gezondheid van de mens, het dier, het milieu en de toekomst van de melkveehouderij.



Wereldwijde speler in agro-food

Bijdragen aan voedselveiligheid met een lokale focus

FrieslandCampina is een multi-nationale zuivelonderneming met een breed aanbod van zuivelproducten en met prominente merken in meer dan 100 landen. Met ruim 19.000 leden-melkveehouders in Nederland, Duitsland en België en ruim 22.000 medewerkers in 32 landen draagt FrieslandCampina bij aan de dagelijkse beschikbaarheid van gezonde en lekkere voedingsmiddelen. Elke dag maken miljoenen mensen gebruik van FrieslandCampina's producten of ingrediënten. De onderneming realiseert wereldwijd een omzet van meer dan 11 miljard euro.

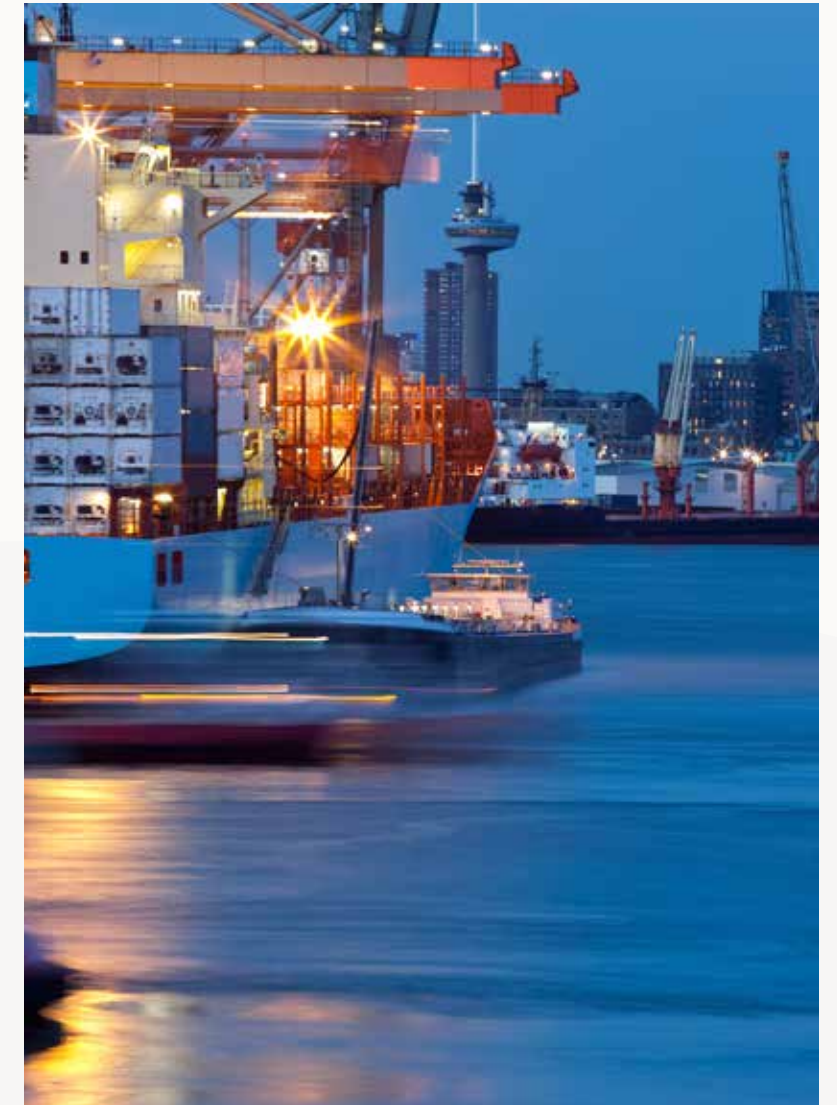


Export

Vanuit Nederland

Nederland is een belangrijke exporteur van zuivelproducten. De zuivelsector levert een flinke bijdrage aan de Nederlandse economie. De export van zuivelproducten groeit nog steeds, vooral naar opkomende markten als China en Afrika.

Met een exportwaarde van 4,5 miljard euro in 2014 draagt FrieslandCampina hier fors aan bij.



Overall in de wereld

Van dranken tot desserts

De business group Consumer Products Europe, Middle East & Africa voorziet consumenten en professionele afnemers in Europa, het Midden-Oosten en Afrika van zuivelproducten, zoals zuivelranken, yoghurt, desserts, kindervoeding, boter en merkkaas. In Nederland en België verkoopt de business group ook vruchtensappen, vruchtendranken en sportdranken.

Consumer Products Europe, Middle East & Africa

FrieslandCampina Branded Netherlands
FrieslandCampina Branded Belgium
FrieslandCampina Retail Brands Europe
FrieslandCampina Foodservice
FrieslandCampina Germany
FrieslandCampina Hellas
FrieslandCampina Hungary
FrieslandCampina Romania
FrieslandCampina Russia
FrieslandCampina UK
FrieslandCampina Middle East
FrieslandCampina WAMCO Nigeria
FrieslandCampina West Africa
FrieslandCampina Ivory Coast
FrieslandCampina Egypt



Campina, Campina Boer en Land, Chocomel, Fristi, Yoki, Mona, Optimel, Vifit, GoedeMorgen!, Friesche Vlag, Milner, Slankie, Campina Botergoud, Appelsientje en DubbelFrisss zijn populair in Nederland. Een aantal producten hiervan is ook te verkrijgen in België. Valess, een vleesvervanger gemaakt van zuivel, is verkrijgbaar in vijf landen. In Duitsland is het Landliebe concept succesvol op basis van authenticiteit en volle smaak. Ook verkoopt FrieslandCampina in Duitsland boter onder het merk Frau Antje en kaas onder het merk Frico. In Griekenland staat NoyNoy voor lekker en gezond, zoals Milli in Hongarije en Roemenië. In Rusland is Fruttis een bekend merk. Consumenten in het Midden-Oosten waarderen de gecondenseerde melk van Rainbow. In Nigeria zijn Peak en Three Crowns al jaren toonaangevende merken. In andere West-Afrikaanse landen is ook Bonnet Rouge een bekend merk. Professionele bereiders van voedingsmiddelen gebruiken onze room, boter en basissauzen onder de merken Debic, Hollandia en Campina Professioneel in hun producten.

Gezond en lekker

Voor kinderen en volwassenen

De business group Consumer Products Asia voorziet consumenten in Azië van zuivelproducten, zoals zuivelranken en kindervoeding. Veel producten worden lokaal geproduceerd. Een aantal wordt geëxporteerd vanuit Nederland naar Azië.

Consumer Products Asia

FrieslandCampina Indonesia
FrieslandCampina Malaysia
FrieslandCampina Singapore
FrieslandCampina Thailand
FrieslandCampina Vietnam
Alaska Milk Corporation
FrieslandCampina China
FrieslandCampina Hong Kong
FrieslandCampina Myanmar
Friesland Huishan Dairy



In Maleisië, Singapore en Vietnam zijn zuivelproducten van Dutch Lady populair, in Hong Kong Black & White, in Thailand Foremost, op de Filippijnen Alaska en in Indonesië Frisian Flag. Friso kindervoeding wordt in meerdere landen verkocht.

Met de natuur als basis

Kaas, boter & melkpoeder

De business group Cheese, Butter & Milkpowder produceert en verkoopt wereldwijd kaas, boter en melkpoeder. De portfolio bestaat uit een breed pakket Gouda, Edam, Maasdam en foliekaas, zowel hele kazen als voorverpakte stukken en plakken, verschillende soorten boters en melkpoeders.

Cheese, Butter & Milkpowder

FrieslandCampina Cheese
FrieslandCampina Butter
FrieslandCampina Milkpowder
FrieslandCampina Cheese Germany
FrieslandCampina Cheese France
FrieslandCampina Cheese Spain
FrieslandCampina Export
Yoko Cheese
Zijerveld
Den Hollander Food
Orange Srl
FrieslandCampina Cheese, Butter & Milkpowder Italy



Onder merken zoals Frico, Kroon, A Dutch Masterpiece en Royal Hollandia voorziet FrieslandCampina consumenten in meer dan honderd landen van kaas. Ook produceert de onderneming Noord-Hollandse Gouda (kaas) met zijn karakteristieke volle, rijke smaak, beloond met een bijzonder predikaat: Beschermd Oorsprongsbenaming. Daarnaast is Gouda Holland kaas erkend als Beschermd Geografische Aanduiding. Een kwaliteitskeurmerk dat garandeert dat Gouda Holland kaas gemaakt is van Nederlandse melk, bereid volgens eeuwenoud recept en geheel natuurlijk gerijpt.

Voor consumenten produceert FrieslandCampina boter voor de merken Campina Botergoud, Landliebe, Frau Antje en Frico. Behalve het basisassortiment in verschillende formaten wikkels zijn er ook andere boterproducten verkrijgbaar zoals smeerbare grasboters en melange in kuipjes, halfvolle boters, kruidenboters en gemakproducten voor bakken en braden. Voor de industriële en professionele markt vermarkt FrieslandCampina boter, boterproducten en melkvetfracties.

Functionele bouwstenen

Van voeding tot farma

De business group Ingredients ontwikkelt nutritionele en functionele ingrediënten die waarde toevoegen aan bestaande producten. Wereldwijd levert de business group natuurlijke ingrediënten op basis van melk, wei en plantaardige grondstoffen aan industriële afnemers in de kindervoedingsbranche, voedingsmiddelenindustrie, farmaceutische industrie en jongdiervoederbranche.

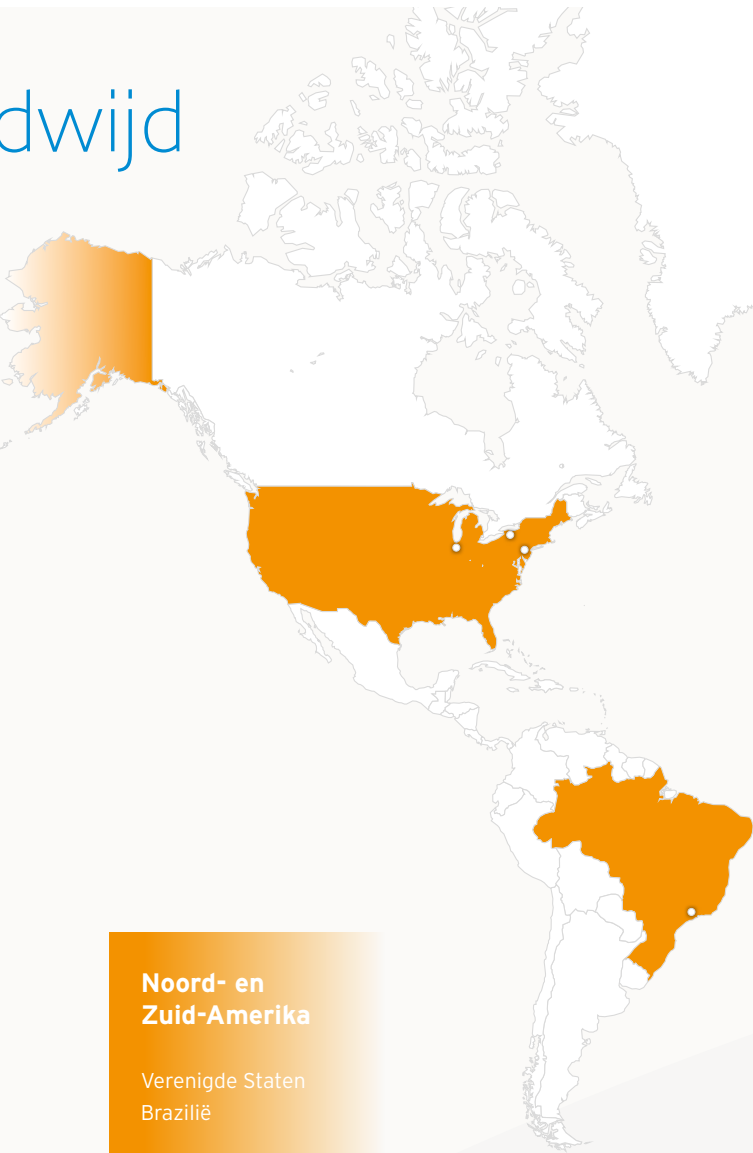
Ingredients

FrieslandCampina Domo
FrieslandCampina DMV
FrieslandCampina Kievit
FrieslandCampina Creamy Creation
FrieslandCampina Nutrifeed
DFE Pharma



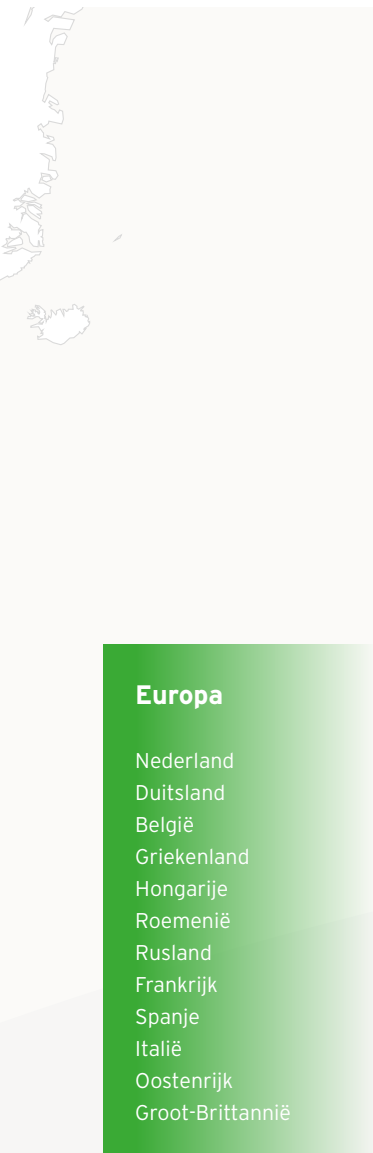
FrieslandCampina Domo richt zich op hoogwaardige melk- en wei-ingrediënten voor toepassing in kindervoeding, medische voeding en celvoeding. Eiwitten uit melk en wei, lactose (melksuiker) en melkpoedervervangers zijn het werkterrein van FrieslandCampina DMV. FrieslandCampina Kievit maakt gesproeidroogde emulsies voor de voedingsmiddelenindustrie, geëncapsuleerde nutritionele oliën voor toepassing in kindervoeding en levert producten op basis van zuivel en plantaardige grondstoffen voor toepassing in automaten. FrieslandCampina Nutrifeed levert jongdiervoeders en FrieslandCampina Creamy Creation ontwikkelt, produceert en vermarkt roomlikeuren en nutritionele dranken voor de internationale drankenindustrie. De joint venture DFE Pharma richt zich op de productie en verkoop van draagstoffen voor de farmaceutische industrie.

Wereldwijd

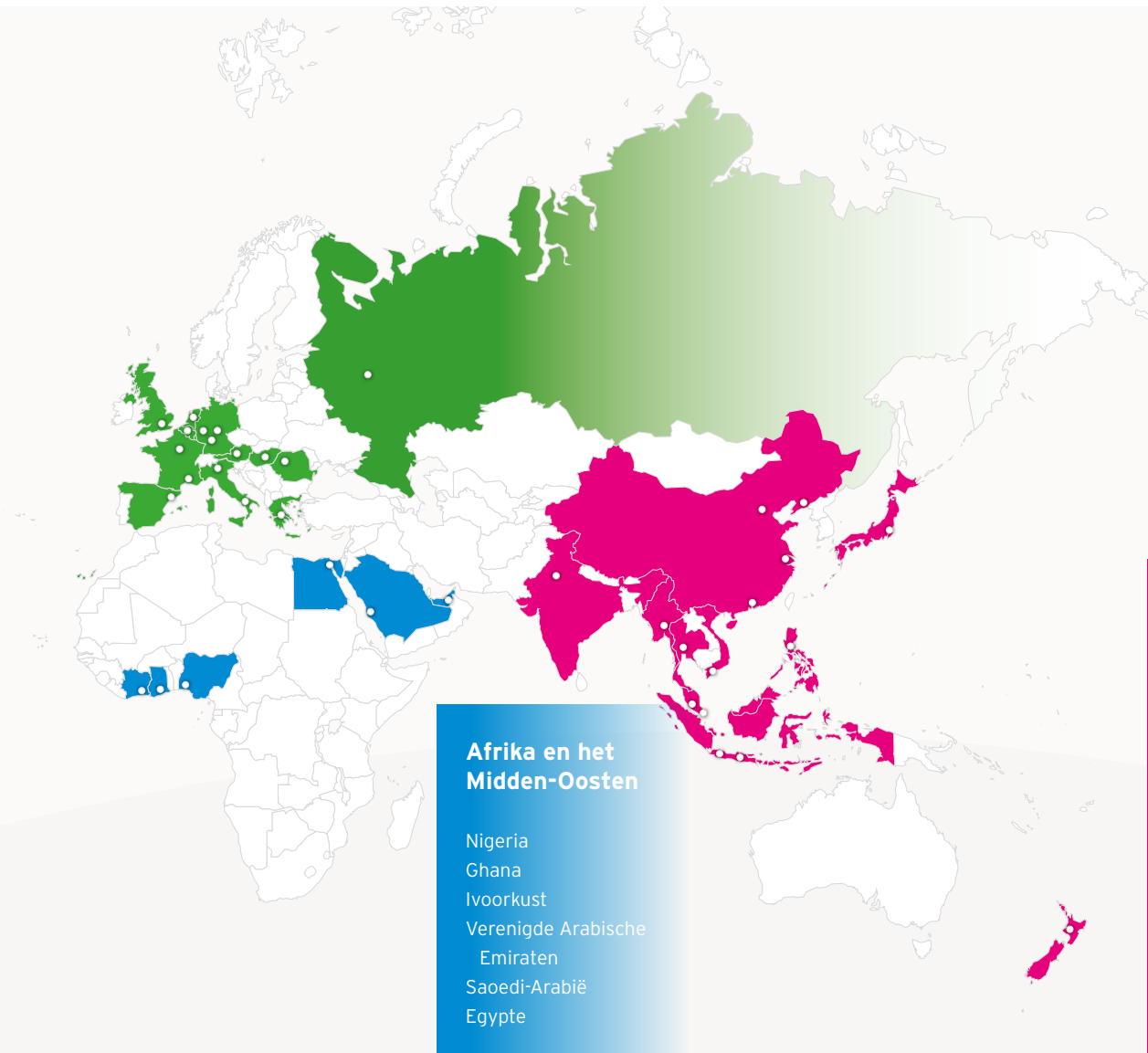


Noord- en Zuid-Amerika	
Verenigde Staten Brazilië	
	361 omzet
	163 medewerkers
	6 locaties

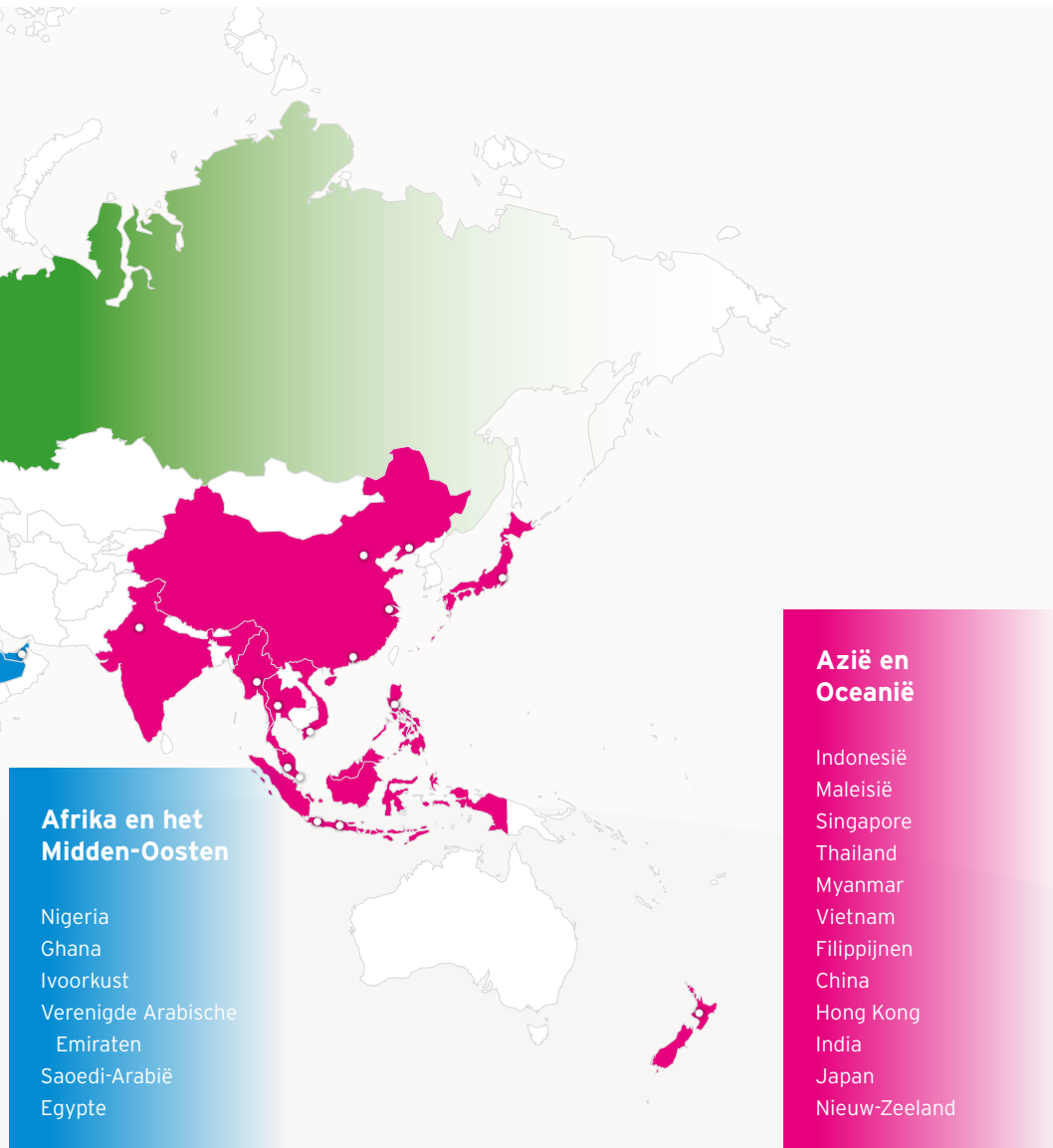
Cijfers 2014
Omzet in miljoenen euro's



Europa	
Nederland Duitsland België Griekenland Hongarije Roemenië Rusland Frankrijk Spanje Italië Oostenrijk Groot-Brittannië	
	6.768 omzet
	13.371 medewerkers
	71 locaties



Afrika en het Midden-Oosten	
Nigeria Ghana Ivoorkust Verenigde Arabische Emiraten Saoedi-Arabië Egypte	
	1.241 omzet
	1.060 medewerkers
	6 locaties



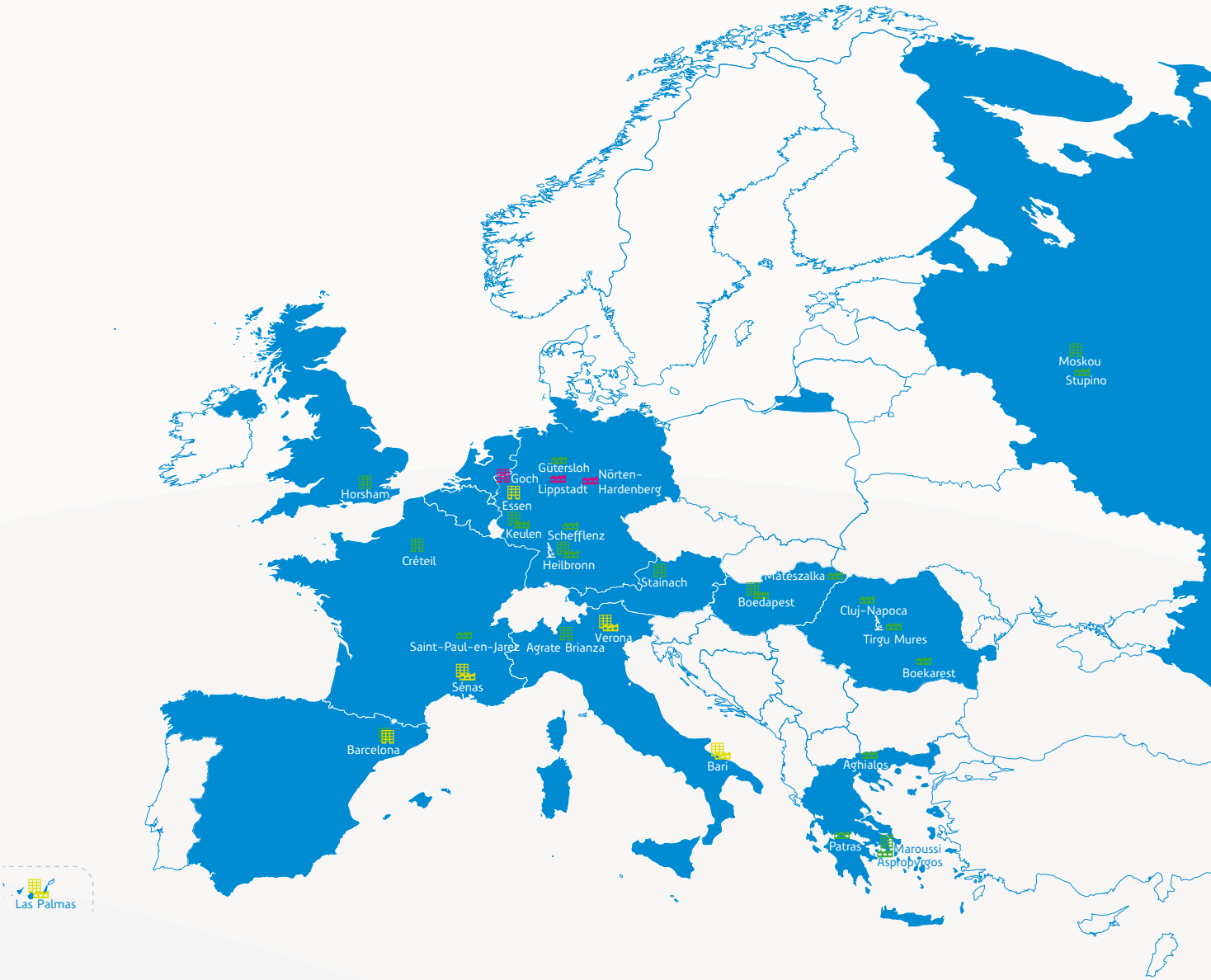
Azië en Oceanië	
Indonesië Maleisië Singapore Thailand Myanmar Vietnam Filippijnen China Hong Kong India Japan Nieuw-Zeeland	
	2.978 omzet
	7.574 medewerkers
	33 locaties

Nederland & België



- Legenda**
- Consumer Products Europe, Middle East & Africa
 - Consumer Products Asia
 - Cheese, Butter & Milkpowder
 - Ingredients
 - 🏢 Central Office
 - 🏭 Corporate Centre
 - 🔬 R&D
 - 🏠 Productie en/of opslag en/of distributie
 - 👤 Verkoop

Rest van Europa



Azië



Afrika & Midden-Oosten





Elke dag voorziet Royal FrieslandCampina miljoenen consumenten verspreid over de wereld van zuivelproducten met waardevolle voedingsstoffen. Met een jaaromzet van 11,3 miljard euro behoort FrieslandCampina tot de vijf grootste zuivelondernemingen in de wereld.

FrieslandCampina levert consumentenproducten als zuiveldranken, kindervoeding, kaas en desserts in een groot aantal Europese landen, in Azië en in Afrika. Ook worden producten geleverd aan professionele afnemers, waaronder room- en boterproducten aan bakkerijen en horecabedrijven. Daarnaast produceert FrieslandCampina ingrediënten en halffabricaten voor producenten van kindervoeding, de voedingsmiddelenindustrie en de farmaceutische sector wereldwijd.

FrieslandCampina heeft vestigingen in 32 landen met ruim 22.000 medewerkers. De producten van FrieslandCampina vinden hun weg naar meer dan 100 landen. Het centrale kantoor van de onderneming is gevestigd in Amersfoort. De activiteiten van FrieslandCampina zijn onderverdeeld in vier marktgeoriënteerde business groups: Consumer Products Europe, Middle East & Africa; Consumer Products Asia; Cheese, Butter & Milkpowder en Ingredients. De vennootschap is volledig in handen van Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., met ruim 19.000 leden-melkveehouders in Nederland, Duitsland en België een van de grootste zuivelcoöperaties in de wereld.

Koninklijke FrieslandCampina N.V.

Stationsplein 4, 3818 LE Amersfoort

T +31 33 713 3333

www.frieslandcampina.com

