

Onze missie: For the Future of Farming

ForFarmers zet zich in For the Future of Farming met de Total Feed-aanpak. Door het leveren van voer vergezeld van goed advies en ondersteund door datasystemen, helpen we veehouders op een duurzame manier een beter rendement op het boerenerf te behalen.

Wereldwijd staat de agrarische sector voor de uitdaging de groeiende wereldbevolking te voeden en tegelijkertijd de impact van de landbouw en veeteelt op de natuur te reduceren. Dierlijke eiwitten worden veelal geproduceerd in landen met een daarvoor optimaal klimaat, zoals onder meer de Noordwest-Europese landen, en worden daar zowel lokaal geconsumeerd als naar andere landen geëxporteerd.

De maatschappelijke acceptatie van de agrarische sector is in West-Europa vooral door de milieu-impact sterk aan het veranderen. De veehouderij is daardoor onder een vergrootglas komen te liggen, ondanks dat de sector continu stappen zet om duurzamer te produceren. We hebben als Europese marktleider in de voerindustrie niet alleen de kans, maar ook de plicht, om een wezenlijke bijdrage te leveren aan een internationale, efficiëntere en duurzamere productie van vlees, eieren en zuivel.

Met onze missie, **'For the Future of Farming'**, tonen we niet alleen ons vertrouwen in de toekomst van de agrarische sector. We zetten ons vóór alles in voor de verdere verduurzaming en continuïteit van het boerenbedrijf en daarmee een verantwoorde voedselproductie. Dit past geheel in onze ambitie een maatschappelijk verantwoorde onderneming te zijn.

We zijn actief in Nederland, België, Duitsland, Polen en het Verenigd Koninkrijk, waar we onder de merknaam ForFarmers in 35 fabrieken voeders produceren voor herkauwers, varkens en pluimvee. Daarnaast leveren we advies en data-hulpmiddelen aan veehouders. We hebben meer dan 400 adviseurs, van de ongeveer 2.500 medewerkers, die onze circa 26.000 klanten regelmatig op het boerenerf bezoeken om hen terzijde te staan in hun bedrijfsvoering en -beslissingen. We leveren ook paardenvoer in ruim 30 landen onder de merknaam Pavo en in de biologische sector zijn we met Reudink een leidinggevende speler.

We zijn ervan overtuigd dat we met de Total Feed-aanpak een duurzame lange-termijn oplossing bieden voor zowel de veehouder als de maatschappij. Met deze aanpak helpen we de veehouder een beter rendement te behalen op het boerenerf, met een gezondere veestapel, een hogere efficiëntie en minder emissies (o.a. ammoniak, fosfaat en geur). Dat doen we met innovatieve voerconcepten en gericht advies ondersteund door datasystemen. Door optimalisatie van de voederconversie (meer productie met minder voer) helpen we zowel de veehouder als het klimaat.

Met de Total Feed-aanpak sturen we op:

- *Resultaat:* Een gerichte planning, monitoring en analyse van de resultaten van het boerenbedrijf om continu het rendement op het boerenerf te verbeteren met gezonde dieren, een hogere voederefficiëntie en een betere fosfaat- en stikstofefficiëntie.
- *Team:* Begeleiding door gespecialiseerde en deskundige adviseurs die zij-aan-zij staan met de veehouders, zowel op het boerenerf als via de telefonische en online Total Feed support desk.
- *Producten:* Het formuleren van de beste (meng)voeders om dieren gezonder te maken en beter te laten presteren. Hiervoor maken we steeds meer gebruik van reststromen van grondstoffen die niet voor humane consumptie kunnen worden ingezet. Deze circulaire aanpak zorgt voor een verlaging van de CO₂-voetafdruk van veevoer en daardoor van de agrarische sector.



Kernwaarden

We hechten aan de volgende kernwaarden als duurzaam kompas voor onze bedrijfscultuur:

Ambitie

We streven ernaar het steeds beter te doen, voor al onze belanghebbenden; op het boerenerf, op de financiële markten, binnen de eigen organisatie, voor onze omgeving, voor het klimaat. Dit vraagt om helder leiderschap en een goed op elkaar ingespeeld team. Onze missie om op een duurzame wijze bij te dragen aan de uitdaging de wereldbevolking te voeden spreekt onze medewerkers en sollicitanten aan. Het werven, ontwikkelen en behouden van de beste mensen en hen motiveren tot nog betere prestaties is van cruciaal belang. Evenals het geven van vertrouwen en verantwoordelijkheid aan onze medewerkers.

Duurzaamheid

De kern van onze duurzaamheidsstrategie Going Circular is gebaseerd op een raamwerk met drie centrale thema's: grondstoffen voor voer, voerproductie en voeroplossingen. We streven naar optimale omzetting van laagwaardige ingrediënten in kwalitatief hoogwaardig voedsel, zonder verspilling en zonder vervuiling. Om dit te bereiken hebben we expliciete doelstellingen en ambities geformuleerd als onderdeel van onze strategie.

We hebben onze doelstellingen gelieerd aan de Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties die gericht zijn op geen honger (2), verantwoorde consumptie en productie (12) en leven op het land (15). In ons handelen kiezen we voor een lange-termijn oriëntatie, vertrouwen en transparantie, volgen we lokale regels en procedures en houden we rekening met onze leefomgeving.

Gespecialiseerde adviseurs

Zij-aan-zij met onze klanten voor een beter en duurzaam rendement



Partnerschap

Wij geloven in doen waar we goed in zijn: het aanbieden van voeroplossingen op het boerenerf. We zijn dus ook van mening dat samenwerken met partners in de keten meerwaarde oplevert en in sommige gevallen onontbeerlijk is. Daarom werken we samen met klanten,

leveranciers en strategische partners in de verschillende sectoren aan innovatieve oplossingen voor een duurzame veehouderij. Uitgangspunt daarbij is een duurzame relatie gebaseerd op vertrouwen en een win-win voor alle betrokken partijen.



* DML staat voor Dry, Moist, Liquid. Hieronder vallen (circulaire) co-producten zoals reststromen uit de humane voedingsindustrie