

Tekst van de notulen van de op 19 april 2016 gehouden Algemene Vergadering van Aandeelhouders van Koninklijke Ahold N.V. zoals opgenomen in een notariële akte van proces-verbaal, verleden voor Professor mr. Martin van Olffen, notaris te Amsterdam, op 23 mei 2016.

1 Opening

De voorzitter, president-commissaris de heer Jan Hommen, opent de vergadering en geeft het volgende aan:

“Ik heet u allen van harte welkom bij de jaarlijkse Algemene Vergadering van Aandeelhouders van Koninklijke Ahold N.V. Het is goed u weer te zien, een maand na onze vorige vergadering in de RAI. Op die bijeenkomst stemde u met een overweldigende meerderheid voor onze voorgenomen fusie met Delhaize. Met uw steun staan we daarmee op het punt een nieuw hoofdstuk toe te voegen aan de geschiedenis van Ahold. Dit is waarschijnlijk de laatste jaarvergadering van Ahold. Als we elkaar volgend jaar weer zien, bent u hier naar verwachting als aandeelhouders van Ahold Delhaize.

Vandaag brengen we verslag uit over het boekjaar tweeduizendvijftien en vanzelfsprekend is onze blik ook gericht op de toekomst. Maar we willen ook stilstaan bij onze lange geschiedenis. Daarom nemen we u vandaag hier in het Muziekgebouw mee op onze weg vooruit, vanaf de eerste winkel die Albert Heijn in achttienhonderdzevenentachtig opende in Oostzaan, tot het jaar tweeduizendvijftien en de dag van morgen. Hierover zal CEO Dick Boer dadelijk wat meer vertellen.”

De voorzitter stelt vast dat aan alle wettelijke en statutaire voorwaarden voor het houden van de Algemene Vergadering van Aandeelhouders is voldaan.

De voorzitter geeft het volgende aan:

“Van deze vergadering zal een notarieel proces-verbaal worden opgemaakt en ten behoeve daarvan zal een bandopname worden gemaakt.

Deze vergadering zal live te volgen zijn via de website van de vennootschap. De webcast zal ook later via de website toegankelijk blijven. De informatie van de registratie voor deze vergadering wordt op dit moment verwerkt. Voordat er straks wordt gestemd, zal notaris Van Olffen van De Brauw Blackstone Westbroek melden hoeveel personen hier aanwezig zijn als aandeelhouders of als gevolmachtigde en hoeveel stemmen er kunnen worden uitgebracht.

Vandaag zijn verder aanwezig: CEO Dick Boer, CFO Jeff Carr en Chief Operating Officer Ahold USA James McCann. Tevens is de gehele Raad van Commissarissen aanwezig. Conform het bepaalde in de Corporate Governance Code is de externe accountant van de vennootschap, PricewaterhouseCoopers Accountants N.V., aanwezig. Namens PwC zijn de heren Peter van Mierlo en Dennis van Ameijden aanwezig. Zij kunnen uitsluitend vragen beantwoorden ten aanzien van de verklaring bij de jaarrekening.

Aandeelhouders die de Nederlandse taal niet machtig zijn, kunnen hun vragen in het Engels stellen. Er is een simultane vertaling via de daartoe uitgereikte hoofdtelefoons beschikbaar in het Engels voor de Nederlandse gedeelten van deze vergadering en in het Nederlands voor het Engelse gedeelte van de vergadering. Ik verzoek u de mobiele telefoon uit te schakelen. Het is

niet toegestaan filmbeelden dan wel geluidsopnamen te maken in deze zaal gedurende de vergadering. Hiermee is de opening gedaan."

De voorzitter gaat over tot de behandeling van de agenda van deze vergadering. De agenda is op acht maart tweeduizendzestien op de website van Ahold gepubliceerd. Omdat de agendapunten 2 tot en met 6 zo met elkaar verweven zijn, zullen de presentaties deze agendapunten gezamenlijk behandelen.

De heer Boer zal eerst verslag doen over tweeduizendvijftien, gevolgd door de heer Carr die de cijfers over tweeduizendvijftien, het reserverings- en dividendbeleid en het dividendvoorstel voor tweeduizendvijftien zal toelichten. Tot slot zal de heer Van den Bergh de uitvoering van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur toelichten. Het voorstel tot aanpassing van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur wordt pas later in de vergadering behandeld, namelijk als agendapunt 9.

Na de volgende presentaties zal de voorzitter de gelegenheid geven om vragen te stellen over agendapunten 2 tot en met 6. Vervolgens zal over agendapunt 5 en 6 worden gestemd.

- 2 Verslag van de Raad van Bestuur over het boekjaar 2015**
- 3 Toelichting op het reserverings- en dividendbeleid**
- 4 Toelichting op de uitvoering van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur**
- 5 Voorstel tot vaststelling van de jaarrekening over het boekjaar 2015**
- 6 Voorstel tot vaststelling dividend over het boekjaar 2015**

De voorzitter geeft het woord aan de heer Boer.

De heer Boer begint zijn presentatie en geeft het volgende aan:

"Dank u wel voorzitter. Nogmaals hartelijk welkom hier in Amsterdam, voor de tweede keer dit jaar. Dit is wederom een bijzondere vergadering, want het is zoals de voorzitter al meldde naar verwachting de laatste voordat Ahold fuseert met Delhaize. Daarom wil ik u vandaag een verhaal vertellen over ons mooie bedrijf. Ik geef u een terugblik op onze weg vooruit.

Ahold is in éénhonderdnegenentwintig jaar uitgegroeid van een familiebedrijf met een kruidenierswinkeltje in Oostzaan, tot een wereldspeler die dagelijks miljoenen klanten bedient met ruim drieduizend tweehonderd (3.200) winkels en natuurlijk online. Ik weet niet hoe het bij u zit, maar de beelden die u hier vandaag in het Muziekgebouw ziet, roepen bij mij veel herinneringen op. Ik werk sinds negentienhonderdachtennegentig bij Ahold en al vijfendertig jaar in het kruideniersvak. Ik begon mijn professionele loopbaan ongeveer op het moment dat Albert Heijn in de jaren tachtig kwam met de slogan "'s Lands grootste kruidenier gaat op de kleintjes letten". Misschien herkent u het zich nog. Albert Heijn liet de verticale prijsbinding met producenten van A-merken los en verlaagde een groot aantal artikelen permanent in prijs. Goed voor de klant, maar ik kan u zeggen: als concurrent was het een moeilijke tijd.

"Wat juist is voor de klant, is juist voor het bedrijf." Ook vandaag is dit nog de drijvende kracht achter al onze sterke, lokale merken.

Bol.com, onderdeel van Ahold sinds tweeduizendtwaalf, won vorige maand een belangrijke prijs voor beste webwinkel. Ik citeer de jury: "Bol.com verdient deze award omdat zij zich bij hun

keuzes volledig laten leiden door wat voor hun klanten het meest belangrijk is, en dus niet door wat op dit moment 'cool' wordt gevonden in de branche."

Daar ben ik trots op. Deze focus op de klant is een rode draad door onze geschiedenis, die al onze merken verbindt.

Pionieren, inspelen op wat leeft in de samenleving. Maar ook vooruitlopen en verandering teweeg brengen in de branche. Dat is eveneens een rode draad door onze geschiedenis. De familie Heijn, maar ook de oprichters van onze andere merken, waren pioniers in retail. Neem Giant Landover in de Verenigde Staten, dat in negentienhonderdzesendertig de eerste mass-merchandise supermarket oprichtte. Sceptici zeiden dat "supermarkten" nooit aan zouden slaan, maar zij hadden ongelijk. De heer Albert Heijn raakte vervolgens na een reis naar de Verenigde Staten geïnspireerd door de grote winkels die hij daar zag. Als hij toen niet had besloten te investeren in de supermarktformule en in negentienhonderdtweeënvijftig de eerste zelfbedieningswinkel had geopend, zou ons supermarktlandschap en ons bedrijf er nu anders uitzien.

Laat ik hier ook negentienhonderdeenentachtig noemen, toen Albert Heijn begon met het uitrollen van de franchiseformule. Dit bedrijf zag toen al het belang in van een goede combinatie tussen eigen winkels en lokaal ondernemerschap. Dit geldt nu nog steeds onverminderd, en wij zijn nog steeds zeer trots op de talloze bevlogene ondernemers.

Verandering zit in ons DNA, en dit heeft ons ook in online gebracht waar we nu staan. AH.nl - met afstand de grootste online supermarkt in Nederland - gaat terug tot negentienhonderdzevenentachtig, met de thuiswinkeldienst James TeleSuper. Peapod in de Verenigde Staten, sinds tweeduizendeen onderdeel van Ahold, was eind jaren tachtig het allereerste éénhonderd procent (100%) e-commerce bedrijf ter wereld. En bol.com is sinds haar start als online boekenwinkel in negentienhonderdneegenennegentig uitgegroeid tot het grootste online warenhuis van Nederland en België.

Op het moment dat ik aantrad als CEO van Ahold hadden we de leidende posities van AH.nl en Peapod eigenlijk nog te weinig benut. De gedachte was dat klanten de fysieke winkel online wilden.

Maar samen met mijn team zag ik geweldige kansen voor deze sleeping beauty in onze portfolio. In tweeduizendelf presenteerden we onze Reshaping Retail strategie met omni-channel als essentieel onderdeel.

Daarmee kreeg online ook echt vaart en een plek in onze organisatie. In tweeduizendtwaalf kwam bol.com bij de groep, een cruciale stap. Zij dachten niet in de beperktheid van fysieke winkels, maar in de onbeperktheid van online. Zij hebben echt online toegevoegd aan het DNA van Ahold.

Een paar jaar later, in tweeduizendveertien, presenteerden we vervolgens onze omni-channel ambities aan de markt.

We liggen goed op koers om ons doel te bereiken van twee miljard vijfhonderd miljoen euro (EUR 2.500.000.000,-) in online consumentenomzet in tweeduizendzeventien. In tweeduizendvijftien stonden we op een miljard achthonderd miljoen euro (EUR 1.800.000.000,-). We vertelden toen ook dat we zouden gaan investeren om deze groei te behalen, vanuit de overtuiging dat digitalisering onze industrie onomkeerbaar verandert. Je moet vol inzetten om

succesvol te zijn, je moet first mover zijn, en snel kunnen opschalen. Bol.com is hiervan een mooi voorbeeld, met een omzetgroei van meer dan vijftiwintig procent (25%) in tweeduizendvijftien. Dit jaar gaat het over een miljard euro (EUR 1.000.000.000,-) consumentenomzet heen, dankzij investeringen in assortiment, in productinformatie en bezorgopties bijvoorbeeld.

Dat is bijna drie keer zoveel als in tweeduizendtwaalf. AH.nl heeft nu een verzorgingsgebied dat zesentachtig procent (86%) van Nederland bestrijkt. Of Peapod. Dat groeit minder hard dan bol.com maar in de regio New York City, een groeimarkt, zagen we het aantal nieuwe klanten en de omzet met vijfenviertig procent (45%) groeien in het vierde kwartaal.

Ik heb u verteld over onze winkels, fysiek en online. Maar er is ook het beursfonds Ahold, met een geschiedenis. Albert Heijn kreeg in negentienhonderdachtenveertig als eerste retailer een notering aan de Amsterdamse beurs. In negentienhonderddrieënzeventig werd vervolgens Ahold N.V. opgericht en werd Albert Heijn onderdeel van het concern. Het bedrijf kon hierdoor ook de buitenlandse markt op.

En in negentienhonderdzevenentachtig, bij het éénhonderdjarige bestaan van Albert Heijn, kreeg Ahold het predicaat "Koninklijk." Wij zijn bijzonder trots dat ook Ahold Delhaize het predicaat "Koninklijk" mag gaan voeren. Ik geef u een terugblik op onze weg vooruit. En laat ik helder zijn – ook moeilijke momenten zijn daar onderdeel van. Daar hoeft ik u, vaak al lange tijd aandeelhouder, niet aan te herinneren.

Na een periode van erg snelle internationale expansie volgde in tweeduizend drie een harde klap. Ik zal de schok die we toen kregen nooit vergeten. Wat me altijd zal bijblijven, is hoe we vervolgens als team onze schouders eronder zetten om het bedrijf er weer boven op te helpen, samen met onze medewerkers en leveranciers.

Ahold verkocht vele onderdelen en we vonden onszelf opnieuw uit als een gefocust bedrijf met leidende posities in de markten waarin we actief zijn.

Ik was toen de directeur van Albert Heijn. Geïnspireerd door gesprekken die ik na mijn aantreden had met de heer Albert Heijn, ontwikkelden mijn team en ik toen de slogan die het merk na tweeduizend drie weer op het pad van herstel bracht.

"Het alledaagse betaalbaar en het bijzondere bereikbaar." Wederom met een duidelijke focus op de klant.

Want: wat juist is voor de klant, is ook juist voor het bedrijf. Ik noemde het al hiervoor. Dat zit in onze formules, in het assortiment, en in hoe we zaken doen. We zien dat de behoeften van onze klanten veranderen. Ze willen boodschappen kunnen doen waar, wanneer en hoe ze dat willen. Ze eisen betere kwaliteit, meer waar voor hun geld.

Ze willen verantwoord en gezond eten. Ze willen producten waarvan ze de herkomst kennen. En het moet betaalbaar blijven. Het is én, én, én.

Ook op dit vlak zet Ahold voortdurend stappen. Als grote werkgever, als producent, afnemer, als buur en als plek waar mensen komen voor hun dagelijkse boodschappen, zien wij voor onszelf een rol in een aantal belangrijke maatschappelijke vraagstukken.

Op het gebied van gezondheid, voedselveiligheid, diversiteit, verantwoorde consumptie en productie, en ga zo maar door.

In tweeduizend elf benoemden we heel concreet een aantal ambities in onze responsible retailing strategie.

Vorige maand lieten we in ons responsible retailing report zien dat we de meeste doelen die we hadden gesteld in vijf jaar hebben behaald. Ik noem er slechts een paar vandaag.

We verkopen steeds meer gezondere producten, online en in onze winkels. Dat doet Ahold bijvoorbeeld door de prijzen van groente en fruit te verlagen, door de samenstelling van producten aan te passen en steeds meer keuze te bieden, maar ook door het makkelijker te maken voor de klant om gezonde opties te vinden en te begrijpen.

Laat ik hier ook onze succesvolle biologische merken noemen. Albert Heijn introduceerde als een van de eerste supermarkten in Nederland een lijn van eigen merk biologische producten in negentienhonderdachtennegentig. Tegenwoordig zijn we de winkel met de meeste biologische producten van Nederland. In de Verenigde Staten hebben we sinds tweeduizendvier ons Nature's Promise merk.

Met veel succes, en een steeds groter assortiment met meer dan achthonderd (800) producten inmiddels, in food maar ook non-food, bijvoorbeeld schoonmaakmiddelen. We willen beter voor de buurt zijn, met kinderen als belangrijk onderdeel. En overigens, zoals u weet, zonder de ouderen te vergeten.

Bijna een miljoen (1.000.000) kinderen namen deel aan onze educatieve programma's over gezond leven, bijvoorbeeld het Passport to Nutrition Program in de VS. Of het "Ik eet het beter" programma in Nederland.

Ook boekten we belangrijke vooruitgang op het gebied van inkoop. We analyseren de keten, van boer tot klant en zetten steeds stappen om voedselveiligheid, duurzame productie, en goede arbeidsomstandigheden te waarborgen.

Wij hebben zeer hechte en langlopende relaties opgebouwd met veel versleveranciers, onze partners. Met sommige van hen werken we al meer dan vijftig (50) jaar samen. Bijvoorbeeld met de teler in het volgende filmpje, zijn bedrijf levert komkommers aan Albert Heijn."

De heer Boer vervolgt zijn presentatie na de vertoning van de film en geeft het volgende aan:

"In tweeduizendzeven werd de Albert Heijn Foundation opgericht, een partnerschap van Albert Heijn, ICCO en Fair Match Support om de leefomstandigheden en toekomstperspectieven van Afrikaanse groente-, fruit- en bloementelers te verbeteren.

En tot slot, nog een voorbeeld. Ik ben verheugd dat ik u op deze vergadering kan melden dat Ahold USA zich vorige zomer heeft aangesloten bij het Fair Food Program van de Coalition of Immokalee Workers, dat zich inzet voor betere omstandigheden voor tomatenplukkers in de Verenigde Staten.

En dan natuurlijk onze mensen. De heer Albert Heijn was er al van doordrongen dat zijn werknemers zijn ware kapitaal waren. Dat geldt nog steeds. In tweeduizendvijftien hadden we tweehonderdzesendertigduizend (236.000) medewerkers.

Dankzij hun dagelijkse contacten met onze klanten, dankzij hun ondernemerschap en creativiteit kunnen wij succesvol zijn. Wij willen hen een omgeving bieden die initiatief stimuleert en waarin zij zich verder ontwikkelen voor een toekomst binnen of buiten Ahold, met marktconforme beloningen en secundaire arbeidsvoorwaarden. Wij zijn er in het bijzonder trots op dat we zoveel mensen een entree op de arbeidsmarkt kunnen geven.

We gaan verder op onze weg vooruit als responsible retailer. We staan op het punt te fuseren, en als Ahold Delhaize zullen we in het vierde kwartaal onze gezamenlijke plannen en ambitie presenteren. Beide bedrijven stonden in de toonaangevende Dow Jones Sustainability Index in tweeduizendvijftien, voor Ahold al het zevende opeenvolgende jaar. Dit is een erkenning van onze inspanningen op dit terrein.

Ik ben er daarbij van overtuigd dat ook samenwerking in de branche essentieel is om echte impact te hebben. Bijvoorbeeld binnen het Consumer Goods Forum, waar Ahold en Delhaize lid van zijn, samen met ongeveer vierhonderd (400) retailers, producenten en andere stakeholders wereldwijd.

Dan nu een paar woorden over het recente verleden, het jaar tweeduizendvijftien. Onze CFO Jeff Carr gaat zo dieper in op onze financiële prestaties dus ik noem slechts een paar hoofdpunten. We kijken terug op een sterk jaar, waarin we onszelf hebben uitgedaagd om sneller te innoveren, om onze klanten op nieuwe manieren versere producten te bieden, en om meer waarde te creëren.

We boekten een omzet van ruim achtendertig miljard euro (EUR 38.000.000.000,-), door sterke prestaties in onze winkels, vooral tijdens de feestdagen in december, en een zeer sterke groei van online. En natuurlijk ook geholpen door de Amerikaanse dollar.

In de Verenigde Staten groeide de omzet, exclusief benzineverkopen, met meer dan vier procent (4%). Dat is gecorrigeerd voor een extra week in tweeduizendvijftien. We zagen een verbetering in prijsperceptie bij al onze merken.

Dit is een belangrijke aanjager van omzet en een belangrijk doel van onze strategie, die is gericht op investeringen in prijzen en kwaliteit. Als onderdeel van dit programma hebben we verbeterde groente- en fruitafdelingen uitgerold in meer dan vijfhonderd (500) winkels.

En we pakken nu de brood- en banketafdelingen aan. Eerder deze maand maakten we een volgende ronde van prijsverlagingen bekend in de Verenigde Staten, op ongeveer éénduizend (1.000) producten in onze winkels.

We testen een nieuw format, genaamd bfresh, met kleinere winkels gericht op klanten in de stad met een focus op vers eten en lokaal gemak. Verder voegden we vijftientig (25) voormalige A&P-winkels toe in het interessante New York Metro-marktgebied.

In Nederland bleef de omzet zich krachtig ontwikkelen, met een identieke omzetgroei van meer dan drie procent (3%). Het herstel bij Albert Heijn zette door, na een paar lastige jaren. We hervonden onszelf als marktleider die klanten weet te raken en daar ben ik heel trots op. Het is een compliment aan het AH-team en aan het personeel.

Ze kwamen met nieuwe producten, inspiratie voor de klant en populaire spaaracties. Zo deelden we de afgelopen weken bijvoorbeeld weer zevenenveertig miljoen (47.000.000) moestuintjes uit hier in Nederland, het zal u niet zijn ontgaan. Zij laten klanten zien wat het verhaal is achter de producten die zij kopen.

Of kijk naar Albert Heijn to go, dat binnen een maand een idee kan ontwikkelen tot een product in de schappen. Heel belangrijk: klanten toonden hun waardering. Het marktaandeel van Albert Heijn groeide naar vijfendertig procent (35%) in het afgelopen jaar.

In Tsjechië hebben we inmiddels meer dan driehonderddertig (330) winkels, waaronder de SPAR-winkels die we vorig jaar overnamen. Het grootste deel daarvan zijn supermarkten, en die lieten een sterke groei zien van de identieke omzet dankzij een nieuw winkelconcept dat we uitrolden. Ik refereerde al aan de sterke groei in online. Onze investeringen in de afgelopen jaren betaalden zich uit in een online consumentenomzet van een miljard achthonderd miljoen euro (EUR 1.800.000.000,--). Bol.com was goed voor de helft hiervan, na een uitstekende decembermaand waarin alle records werden gebroken. Op het piekmoment voor kerst kwamen er elf (11) orders per seconde binnen. Ook Peapod en AH.nl waren toonaangevend, in online food. Onze vrije kasstroom bleef sterk, een miljard tweehonderd miljoen euro (EUR 1.200.000.000,--) dit jaar. Dit stelt ons in staat te blijven investeren. We stellen vandaag een dividend voor van tweeënvijftig eurocent (EUR 0,52), ruim acht procent (8%) hoger dan vorig jaar. En, zoals vorige maand bekrachtigd in de buitengewone vergadering, we keren voorafgaand aan de voorgenomen fusie met Delhaize ongeveer een miljard euro (EUR 1.000.000.000,--) uit aan u, aandeelhouders van Ahold.

Op Aholds weg vooruit heeft Ahold een portfolio verzameld van sterke, lokale merken, waaraan Ahold steeds verder bouwt. In tweeduizendvijftien gebeurde er veel op dit vlak. Etos en Gall & Gall hier in Nederland lanceerden nieuwe logo's, met een sterke link naar kernwaarden uit hun verleden.

Het Albert-merk in Tsjechië, een stuk groter dankzij de overname van de SPAR-winkels vorig jaar, werd ook opnieuw gepositioneerd.

Onze Amerikaanse winkels voerden nieuwe taglines in, zoals: "My Giant helps me save money, save time, and eat well". Of natuurlijk: "My Stop & Shop", of "My Martin's". Daarmee dragen ze nóg duidelijker uit aan de klant waar ze voor staan.

En misschien heeft u het online of in de media al voorbij zien komen, maar ook Albert Heijn heeft een nieuwe campagne gelanceerd, die teruggrijpt op de motto's en drijfveren van de oprichters. Echtheid, vernieuwing, er toe doen, verbinden. Het is begonnen als interne beweging, gedeeld met medewerkers in de winkels, in de distributiecentra en op kantoor. En nu vindt de campagne de weg naar buiten. Ik mag u zo een sneak preview laten zien, nog een paar minuten geduld.

Albert Heijn lanceerde in negentienhonderdelf de eerste eigenmerkproducten, naast uiteraard merkartikelen want dat is de balans die klanten willen. Inmiddels is in Nederland meer dan de helft van de verkochte producten van ons eigen merk.

In Amerika is dat achtendertig procent (38%) en in Tsjechië een derde. Daar ben ik trots op, want ook dit is een strategische keuze in ons reshaping retail programma.

Voordat ik afsluit, wil ik u iets opbiechten. Ik heb tijdens mijn loopbaan in diverse landen gewerkt en wij hebben dus als gezin op verschillende plekken gewoond. Op al die plekken vonden we een constante en dat was onze favoriete chocoladepasta. En die was van het huismerk van Delhaize. Ik doe u deze persoonlijke bekentenis natuurlijk niet zonder reden. De ervaring van Delhaize met het voeren van sterke eigenmerkproducten in diverse landen, is een van de punten waar wij van onze toekomstige fusiepartner kunnen leren.

Andersom brengen wij expertise in op het gebied van omni-channel. En samen zullen wij sterker staan met onze gedeelde visie op maatschappelijke betrokkenheid en duurzaamheid.

Een maand geleden keurde u de voorgenomen fusie goed, dus ik hoef u niet meer te overtuigen van de ratio hierachter. Maar toch wil ik graag nog een keer benadrukken welke kansen wij zien om samen onze sterke, lokale merken verder uit te bouwen. Wat juist is voor de klant, is ook juist voor het nieuwe bedrijf.

Sinds de buitengewone vergadering van aandeelhouders hebben wij goedkeuring verkregen van de Belgische Mededingingsautoriteit. Daarmee zijn alle mededingingsgoedkeuringen in Europa binnen.

Wat nu nog loopt is het traject bij de Amerikaanse Federal Trade Commission. Ik kan daar nu niet verder op ingaan maar ik kan u wel zeggen dat we op koers liggen om de fusie midden tweeduizendzestien af te ronden en de nieuwe onderneming van start te laten gaan.

Volgend jaar hoop ik hier met u de resultaten door te nemen van onze eerste periode als Ahold Delhaize. Een nieuwe mijlpaal. Delhaize bestaat dan éénhonderdvijftig (150) jaar, en Ahold éénhonderddertig (130) jaar. De volgende stap op een gedeelde weg vooruit, waarop we samen een nog sterkere internationale retailer worden, gedreven door onze fantastische merken.

Ik sluit af met een paar woorden van dank. Aan onze klanten, die dagelijks hun inkopen bij ons doen en ons inspireren om steeds te verbeteren. Aan onze medewerkers, en onze franchisenemers. En ik wil natuurlijk u, onze aandeelhouders, bedanken voor uw steun en uw vertrouwen in de toekomst van Ahold, en de nieuwe onderneming Ahold Delhaize. En dan nu, zoals beloofd, een voorproefje van de Albert Heijn commercial."

De voorzitter dankt de heer Boer voor zijn presentatie na vertoning van de film en geeft vervolgens het woord aan CFO de heer Carr.

De heer Carr begint zijn presentatie en geeft het volgende aan:

"Thank you Chairman and good afternoon ladies and gentlemen. Today I will give you an overview of our financial performance in two thousand and fifteen and a brief outlook for the coming year, two thousand and sixteen.

Net Sales in two thousand and fifteen were thirty-eight billion two hundred million euro (EUR 38,200,000,000). That is up sixteen six/tenth percent (16.6%). That is at actual exchange rates and at constant rates that is an increase of four three/tenth percent (4.3%). In two thousand and fifteen we had a fifty-third week and this means an additional week in the fourth quarter of the year. As some of you know, this happens once every six years and can cause a little confusion. To make it more comprehensible therefore we have shown here an overview of different sales growth numbers in order to better understand the true underlying food sales trends.

When adjusting for the fifty-third week, sales at constant rates were up two three/tenth percent (2.3%). However, additionally we have adjusted for the effect of gas sales in the US. When adjusting for the additional week, exchange rates and gas sales, net sales were up three eight/tenth percent (3.8%) for the full year and I think that is the truest underlying expression of our sales growth.

Overall, we saw a robust sales performance in the year as a result of excellent store operations and the acceleration of online sales mainly from our Dutch businesses bol.com and AH.nl. Moving on to the performance for the year. I am very pleased with our overall performance in two thousand and fifteen. We continued to work hard on our Simplicity initiatives and continue to reinvest these savings into our customer proposition, specifically lower prices and improved quality. This has helped drive our improved sales performance in this year. Gas sales also impact gross margins and we see higher gross margins in two thousand and fifteen, but these are mostly due to the fact that gas sales were lower in the year. Adjusting for that, gross margins were roughly flat year-on-year. Underlying operating income came in at one billion five hundred million euro (EUR 1,500,000,000), which was up three six-tenth percent (3.6%) at constant exchange rates. Underlying margins for two thousand and fifteen came in at three eight-tenth percent (3.8%) and show a year-on-year decline of ten (10) basis points. This is primarily due to the additional investments we have made in bol.com, but also we saw higher non-cash pension costs during the year. Both of these items were flagged at the beginning of the year.

Now let us look at sales and underlying operating margin by each of the segments, starting with Ahold USA. Total sales in the US were up one four-tenth percent (1.4%) at constant rates compared to last year. Again this was helped by the additional week but also the consolidation of the New York Metro market and our ongoing investments in our customer proposition, which as Mr. Boer mentioned improved not just our price position but also our price perception versus the prior year. Overall this resulted in a small improvement in our market share for Ahold USA in the year. Underlying operating income was nine hundred and forty million euro (EUR 940,000,000) or four percent (4%) of sales. This is twenty (20) basis points ahead of last year, of which ten (10) basis points is due to the benefit of the extra week. For the year investments in our customer proposition continue to be balanced with the Simplicity savings.

Moving on to the Netherlands. Total sales grew, at constant currencies, by eight six-tenth percent (8.6%) to twelve billion seven hundred million euro (EUR 12,700,000,000). Of course we also had the benefit of the extra week, but the main drivers of that excellent sales growth were improvements in our store operations, extra stores that we added, not least in Belgium, and the strength of our Dutch online businesses as I have already mentioned. Overall, market share in the Netherlands grew significantly by ninety (90) basis points in the year. The lower margin for the year resulted from additional investments in bol.com and higher pension related charges, which were slightly offset by improved sales leverage. In both the Netherlands and the Czech Republic the fifty-third week had little impact on margins. Sales in the Czech Republic increased by fifteen three-tenth percent (15.3%) at constant exchange rates to one billion eight hundred million euro (EUR 1,800,000,000). This growth resulted largely from the acquisition of the SPAR stores in the middle of two thousand and fourteen. Identical sales were slightly down due to the lower performance of the larger former SPAR stores following the rebranding to the Albert brand. Our program to improve this performance is developing well in two thousand and sixteen. Over the year, we saw margins improve and we finished with a full year margin of one five-tenth percent (1.5%) as we consolidated the acquisition and moved towards the pre-acquisition levels of margin, which is in line with the guidance that we gave for the year.

Now we will take a look at operating income. One-off costs increased from seventeen million euro (EUR 17,000,000) in two thousand and fourteen to one hundred and forty-three million euro (EUR 143,000,000) in two thousand and fifteen. The main reason for the increase is related to the intended merger with Delhaize and the one-off costs associated with that and the fact that last year also included a gain of fifty-nine million euro (EUR 59,000,000) related to pension plan amendments in the Netherlands. Operating income for the year was one billion three hundred million euro (EUR 1,300,000,000), up five four/tenth percent (5,4%) versus last year. Income taxes were two hundred and twenty-four million euro (EUR 224,000,000), slightly lower than last year due to some one-off items in the current year, while net financial expenses increased to two hundred and sixty-five million euro (EUR 265,000,000), largely due to the strength of the US dollar. So income from continuing operations was up seven three/tenth percent (7.3%) versus the prior year and earnings per share at one euro and four eurocent (EUR 1.04) was up fifteen six/tenth percent (15.6%) versus the prior year, which also reflects the lower number of outstanding shares. Finally, as Mr. Boer mentioned, we are proposing a dividend of fifty-two eurocent (EUR 0.52) per share, up eight three/tenth percent (8.3%) from last year, which gives a payout ratio of forty-nine percent (49%) of adjusted income from continuing operations. So assuming that the dividend agenda will be accepted today, anyone who bought common shares before the twenty-first day of April will receive a fifty-two eurocent (EUR 0.52) dividend on each common share with a payment date on the fourth day of May.

Now moving to the important subject of free cash flow. The consistency of our cash generation is one of our great strengths. Our free cash flow remains strong as we delivered just under one billion two hundred million euro (EUR 1,200,000,000) for the full year. We use this cash to reinvest in our growth and to return surplus cash to shareholders. I will now talk about this balanced approach to capital allocation, how we have continued to invest in our stores and the growth of our business and deliver attractive returns to you, our shareholders. On the left side, this chart shows our capital expenditures and the funds used for acquisitions. We continue to invest in our stores and capital expenditure for the year ended at eight hundred and four million euro (EUR 804,000,000), a little under our guidance for the year of nine hundred million euro (EUR 900,000,000). We feel this level of investment allows us to keep our stores modern and attractive and we maintained a healthy store age of around six five/tenth (6.5) years. Additionally, we continue to invest where we see attractive acquisition opportunities and in two thousand and fifteen we spent one hundred and fifty million euro (EUR 150,000,000), mostly on the acquisition of the twenty-five (25) A&P stores in the New York Metro market, thereby strengthening our number two position in that market. The right side of the chart summarizes our returns to you, our shareholders. As you can see here, we have returned significant sums of over five billion euro (EUR 5,000,000,000), including share buy-backs, dividends and a capital repayment between two thousand and twelve and two thousand and fifteen. Additionally, in June last year, as Mr. Boer mentioned, we announced a one billion euro (EUR 1,000,000,000) capital return prior to the intended merger with Delhaize.

Our cash position, which includes short-term investments, increased in the year by five hundred million euro (EUR 500,000,000) to two billion four hundred million euro (EUR 2,400,000,000). Of

course, this was helped by the fact that we stopped our share buyback program when we announced the intended merger with Delhaize in June.

Net debt remains very low at one billion one hundred million euro (EUR 1,100,000,000) and this represents the strength of our balance sheet. And leverage as we define it, as net debt to EBITDAR, was reduced in the year from one point nine (1.9) times to one point seven (1.7) times. So let me give you a sense of the outlook for two thousand and sixteen. Looking forward, we expect our underlying operating margins to continue to trend in line with our full year two thousand and fifteen results. This excludes any impact from the intended merger with Delhaize. We will continue to balance the investments in our customer proposition with our Simplicity program, for which we have set a target in the Simplicity program at three hundred and fifty million euro (EUR 350,000,000) for two thousand and sixteen. To be clear, this is on top of the synergy target we announced in relation to the merger. In November two thousand and fourteen, we set a net consumer sales target for our online businesses of two billion five hundred million euro (EUR 2,500,000,000) and, as Mr. Boer showed, we are on track to deliver this target. We expect capital expenditures for this year to increase in two thousand and sixteen to around one billion euro (EUR 1,000,000,000) from eight hundred million euro (EUR 800,000,000) in two thousand and fifteen. Thank you and now I will hand back to the Chairman."

De voorzitter dankt de heer Carr en geeft vervolgens het woord aan de heer Van den Bergh, voorzitter van de Remuneratiecommissie, voor een korte toelichting op het beloningsbeleid van het afgelopen jaar.

De heer Van den Bergh begint zijn presentatie en geeft het volgende aan:

"Dank voorzitter. Een korte samenvatting van de resultaten van het beloningsbeleid in tweeduizendvijftien. Eerst de korte termijn variabele beloning. Het target level is rond éénhonderd procent (100%) van het basissalaris. Bij het overtreffen van de gestelde doelstellingen kan tot maximaal éénhonderdvijftig procent (150%) van het salaris aan bonus worden toegekend. Zoals u in de toelichting van de heer Carr op de financiële cijfers heeft kunnen vernemen, zijn de resultaten meer dan goed geweest. Op basis van deze behaalde resultaten is de uitbetaling over het jaar tweeduizendvijftien éénhonderdvijfendertig procent (135%) van het jaarsalaris, dit in tegenstelling tot betaling van vorig jaar van slechts vijfenvertig procent (45%).

Dan de lange termijn variabele beloning. De toekenning hiervan vindt plaats in aandelen Ahold. Het aantal aandelen dat aan het einde van de looptijd daadwerkelijk wordt uitgekeerd is afhankelijk van de realisatie van de vooraf gestelde criteria. Dit jaar komen zowel de in tweeduizendelf toegekende aandelen met een looptijd van vijf (5) jaar als de in tweeduizenddertien toegekende aandelen met een looptijd van drie jaar tot uitkering. De behaalde resultaten op basis van de relatieve Total Shareholder Return zijn respectievelijk éénhonderdtien procent (110%) uitkering voor de in tweeduizendelf toegekende aandelen en éénhonderd procent (100%) voor de in tweeduizenddertien toegekende aandelen. Het behaalde resultaat op basis van de return on capital is zestig procent (60%) van de in tweeduizenddertien toegekende aandelen. Op de slide ziet u de realisatiepercentages van de korte en de lange termijn variabele beloning over het afgelopen jaar alsmede over de voorgaande drie (3) jaar ter vergelijking. Tot zover de toelichting op de uitvoering van het huidige beloningsbeleid."

De voorzitter dankt de heer Van den Bergh en geeft aan dat hiermee de punten 2, 3, 4, 5 en 6 van de agenda zijn toegelicht. Dan geeft hij nu graag gelegenheid tot het stellen van vragen bij de agendapunten 2 tot en met 6. Het gaat dus om het verslag van de Raad van Bestuur, het reserveringsbeleid, het dividendbeleid, het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur over het afgelopen boekjaar, de vaststelling van de jaarrekening en het dividend over tweeduizendvijftien. De voorzitter vraagt om bij het stellen van vragen gebruik te maken van de microfoons die aan beide kanten van de zaal en ook in het midden staan opgesteld. Hij verzoekt de vragenstellers ook om hun naam te geven en eventueel ook de naam van de aandeelhouder die zij vertegenwoordigen. Voorts verzoekt hij om de vragen kort te stellen zodat iedereen die een vraag wil stellen daartoe ook de gelegenheid krijgt.

De heer Bongaerts geeft aan dat hij in de vergadering staat voor de Vereniging van Effectenbezitters (VEB) en ruim driehonderdvijfenzestigduizend (365.000) aandeelhouders. Hij heeft een aantal vragen en zal ze zoveel mogelijk proberen te groeperen. Zijn eerste vraag is vrij algemeen en betreft de verbeterde concurrentiepositie van Ahold in verscheidene markten waarover gesproken is en waar in het jaarverslag ook het een en ander over is te vinden. Hij vraagt of dit iets meer is uit te splitsen over de vlakken waar die verbeterde concurrentiepositie zichtbaar is, waar de bedreigingen liggen en hoe die relatieve verbeteringen eruit zien ten opzichte van andere spelers in de markt. Hij denkt bij de Nederlandse supermarkten aan Jumbo maar juist ook aan de prijsstunters aan de onderkant, enzovoorts. Het is nu een maand na de besluitvorming volgend op Aholds voorgenomen fusie met Delhaize. Hij vraagt of Ahold al iets meer kan vertellen over de voortgang van de voorbereidingen van de uitwerking van die transactie. Hij heeft bijvoorbeeld de voorgenomen afstoot gezien van enkele supermarkten in verband met de goedkeuring door de mededingingsautoriteiten in België. Hoe verhoudt zich dat bijvoorbeeld tot een van de zes (6) pilaren voor wat betreft de verbetering van de geografische spreiding van Ahold, in het bijzonder wat betreft de doelstelling van vijftig nieuwe winkels in België aan het eind van dit jaar, maar ook wat betreft de Amerikaanse markt. Hij heeft het aantal langs zien komen van drieëntachtig (83) af te stoten supermarkten. Kan het bestuur de aandeelhouders hier iets meer over vertellen en aangeven welke factoren een rol spelen bij de vervulling van die voorwaarden? Tot slot heeft hij gehoord over de doelstelling van twee miljard vijfhonderd miljoen euro (EUR 2.500.000.000,--) eind tweeduizendzeventien voor wat betreft online omzet, maar het gaat uiteindelijk niet alleen om de omzet maar om het creëren van waarde en daar hoort hij de heer Boer voor wat betreft die online omzet ook wat minder over. In het verleden is natuurlijk ook al gebleken dat de waardecreatie nog niet meteen zichtbaar is. Hij verzoekt om de aandeelhouders daar wat meer over te vertellen mede ook in het licht van de voorgenomen investeringen juist ook voor een nieuw distributiecentrum voor bol.com. Daarmee zijn behoorlijke investeringen gemoeid. Wanneer en hoeveel verwacht Ahold op dat punt voor elkaar te krijgen in de komende jaren?

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Kodde van Greenpeace zou graag een vraag willen stellen over de benarde situatie van bijen en bestuivers. Zoals de voorzitter weet was er begin dit jaar nog een VN-commissie van wetenschappers over biodiversiteit en ecosystem services. Zij concludeerden dat het wereldwijd

heel slecht gaat met bestuivers of pollinators in het Engels. Veertig procent (40%) van de ongewervelde bestuivers wordt bedreigd met uitsterven. Dat gaat dan over honingbijen, wilde bijen, kevers, vlinders en een reeks andere dieren. De wetenschap weet ook dat er twee voornaamste oorzaken zijn voor de belabberde situatie van bestuivers. Dat zijn, een: gebrek aan bloemen, een gebrek aan biodiversiteit in het landschap, en twee: schadelijke pesticiden waaronder de neonicotinoïden. Dit onderwerp is natuurlijk voor Ahold als voedselbedrijf zeer relevant. Bestuivers zijn een van de steunpilaren van de landbouw. Greenpeace constateert tot haar spijt dat ook in de supply chain van Ahold veel pesticiden worden gebruikt die zeer schadelijk zijn voor bestuivers en Greenpeace wil Ahold vragen om een actieplan te formuleren om te zorgen dat Ahold meer bijdraagt aan duurzame landbouw, echt gaat werken aan een reductie van die pesticiden die schadelijk zijn voor bijen. Ahold zegt de grootste verkoper te zijn van biologische producten in Nederland. Hij denkt dat dit zo is, maar dat is nog slechts vijf procent (5%) van Aholds omzet. Greenpeace denkt dat bij de andere vijftien procent (95%) van Aholds omzet nog heel veel verbeterd kan worden en Greenpeace wil Ahold vragen daar een actieplan voor op te stellen.

De voorzitter dankt de heer Kodde en geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Vreeken geeft aan te spreken namens We Connect You Public Affairs & Investor Relations. Als hij het goed heeft dan is Ahold nu de tiende supermarkt ter wereld en de vijfde in Europa. Dat is natuurlijk fantastisch nieuws want een bedrijf met een zodanig mooie langetermijnstrategie kan een hoop betekenen. Hij heeft een vraag wat betreft security en terrorisme. Tien dagen na de goedgekeurde fusie tussen Ahold en Delhaize was er een aanslag in België. Hij vraagt wat op korte termijn daarvan de impact is op de omzet, de performance van het concern en wat daarvan valt te leren. Wat valt te leren van hoe het daar is gegaan en wat valt ervan te leren om eventueel terrorisme in Nederland te voorkomen. Ahold is nummer vijf nu qua supermarkten in Europa. Noblesse oblige. Ahold heeft nog geen grote sponsorships en het is mooi als dat wel gebeurt. Te denken valt aan het gecombineerd sponsoren van het Nederlands en Belgische elftal of sponsoring van de Champions League. Dat past bij de statuur van een supermarkt die nummer tien is in de wereld. Daar past ook bij denkt hij de sponsoring van het Van Gogh Museum of mooie kunstbeurzen zoals de PAN, de REALISME Beurs en ART BREDAS. Hij denkt verder dat de marge verder omhoog kan als heel creatief en slim wat wordt gedaan aan winkeldiefstal en diefstal in de distributiecentra. Dat is toch nog een beetje amateuristisch allemaal zoals daarmee omgegaan wordt. Kinderarts Van der Lely maakt zich erg druk over de éénduizend (1.000) tieners die zich per jaar in coma hebben gezopen en in het ziekenhuis terechtkomen. Hij is blij dat er nu al veel meer Heineken Zero in de schappen ligt in de supermarkt. Het zou fijn zijn als dat nog groter gaat worden en het zou ook fijn zijn als er wordt geadverteerd met de Zero-varianten in plaats van de alcoholvarianten en het liefst natuurlijk samen met de andere supermarkten.

De voorzitter geeft het woord aan de laatste spreker van deze vragenronde.

De heer Spanjer uit Amsterdam geeft aan ook een aantal vragen te hebben en die in tweeën te zullen splitsen. Hij wil beginnen met bladzijde vijf. Dat is een interessante pagina en hij vindt

eigenlijk het hele boekwerk wel interessant. Onder underlying operating income geeft Ahold aan dat het bedrijf naar drie acht/tiende procent (3,8%) is gegaan van drie negen/tiende procent (3,9%) in tweeduizendveertien. Maar in tweeduizendvijftien had Ahold er een week meer bij. Hij vindt dat een beetje typisch. Hij vraagt of Ahold kan uitsplitsen naar Nederland, België, Tsjechië en de VS waar die een/tiende procent (0,1%) minder vandaan komt. Hij vraagt zich ook af welke bedragen daarmee gemoeid waren. Is die ene week eens in de zes (6) jaar dan zo problematisch voor Ahold dit keer of hoe moet hij dat zien? Zijn volgende vraag gaat over bladzijde 8 en 10. Als men dat goed leest dan doet Tsjechië het volgens hem beter dan de VS, want de VS heeft dan wel zevenhonderdachtentachtig (788) winkels, maar als je gaat rekenen dan komt Tsjechië er met driehonderdeenendertig (331) winkels er stukken beter vanaf, want die pakt met driehonderdeenendertig (331) winkels vijf/tiende procent (0,5%) identical sales growth terwijl Ahold met zevenhonderdachtentachtig (788) winkels maar negen/tiende procent (0,9%) identical sales growth heeft in de VS. Hij vraagt hoe het komt dat de VS een beetje aan het indutten is of kan Delhaize het beter en dacht Ahold daarom vriendjes te worden met Delhaize zodat zij Amerika iets beter kunnen besturen. Dit waren voorlopig zijn vragen en hij komt zo meteen nog wel weer terug.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Boer en verzoekt hem te beginnen met de vragen van de heer Bongaerts van de VEB.

De heer Boer geeft aan dat hij de heer McCann zal verzoeken om iets meer te vertellen over de concurrentieomgeving in Amerika en dat hij dat zelf zal doen voor Nederland en Tsjechië. Zoals de heer Bongaerts al aangaf is er felle concurrentie. Desondanks is Ahold vorig jaar toch in staat geweest het marktaandeel van Albert Heijn te laten groeien in deze markt, heel duidelijk natuurlijk door een betere focus op zowel prijs als kwaliteit, door de innovatiekracht van de bedrijven beter te benutten en niet te vergeten door de fantastische medewerkers in de winkels. Kijkend naar het competitieveld in Nederland dan is het heel duidelijk, en dat ziet Ahold wereldwijd, dat discounters een belangrijke stake hebben maar het Bestuur heeft ook vorig jaar ook gezien dat door de aanpak van Albert Heijn het discountsegment wat gestabiliseerd is en dan gaat het over de Duitse discounters die hier binnenkomen. Dus hij denkt dat Albert Heijn heel duidelijk in staat is geweest een goed antwoord te vinden naar de klant toe om niet alleen prijs maar juist kwaliteit en innovatie belangrijke aandacht te geven. Ten aanzien van de fusie is het eigenlijk heel simpel. Het scenario na de toekomst van de fusie is iets dat pas na de closing gedaan kan worden. Dus de hele discussie rondom Albert Heijn en de toekomst van Albert Heijn in België is iets wat later op de agenda staat als beide bedrijven straks bij elkaar gebracht zijn. Ahold heeft wel de goedkeuring gekregen van aandeelhouders voor de fusie, maar de verwachte closing van de fusie is nog steeds midden tweeduizendzestien en dat betekent ook dat veel informatie nog niet gedeeld kan worden omdat Ahold en Delhaize nog steeds concurrenten van elkaar zijn. Hij vraagt de heer McCann iets te vertellen over de Amerikaanse situatie.

De heer McCann remarks that starting maybe about four years ago the competitive situation in Ahold's markets in the US became more challenging, in particular because of the arrival of Kroger who bought the Harris Teeter business in Giant of Landover and in particular because Cerberus, a private equity company started buying up different brands in the different markets and has since

also merged with the Safeway company. So undoubtedly the competitive situation in the part of the US in which Ahold trades, the northeast, has become stronger over the last few years. The good news is that Ahold has put together Simplicity programs to be able to save money so that Ahold has the funds available to be able to do things for its customers and Ahold has been rolling those programs out over its markets over the last three years and management calls those "waves of thunder", an internal name to explain to its associates what management is doing. Management has been investing in waves of price investment and waves of making the stores better in terms of the quality of the assortment. And those waves are going extremely well. Price reality has improved as Mr. Boer said in his speech and Ahold's price perception is beginning to improve. Management has been improving department by department within its stores using the money saved through its Simplicity program. He thinks the markets are very competitive but that Ahold's stores are getting stronger and stronger. He is encouraged that the perception of Ahold's customers, which is the ultimate measure of how successful management is, is getting stronger and stronger. He thinks that it is with some confidence that management is looking forward to the future and the fact that despite the stronger competitive pressures Ahold will be able to be successful in the northeast of the US.

De heer Boer dankt de heer McCann. Hij geeft aan terug te willen komen op de vraag van de heer Bongaerts over online en dat er ook nog een vraag was over de competitieaspecten in Amerika. Hij wil daarmee eerst beginnen. Hij heeft daarover ook in zijn speech gezegd dat Ahold en Delhaize in afwachting zijn en dat dit proces niet gestoord moet worden. Dus er zijn weinig uitspraken te doen over de uiteindelijke uitkomst van de Federal Trade Commission in Amerika, maar de verwachting is nog steeds dat closing van de fusie medio tweeduizendzestien plaats kan vinden. Het gaat hier wel om een markt waarin Ahold en Delhaize samen tweeduizend (2.000) winkels hebben. Dus daar is best een grote spreiding door de hele markt heen.

Dan over online. Ahold heeft heel bewust in tweeduizendveertien de investeringen opgeschroefd in online. Dat zijn in eerste instantie met name investeringen in het verbeteren van de online winkels, zorgen dat Ahold competitiever werd, betere productinformatie kon geven en een groter gedeelte van Nederland en België kon gaan bestrijken met bol.com en Albert Heijn en in Amerika met Peapod. Dat betekent dat Ahold investeert in de toekomst door meer operationele kosten te maken. Hij herhaalt altijd maar dat als de heer Albert Heijn in negentienhonderdtweënvijftig niet vooruitziend was geweest dat hij uiteindelijk een supermarkt wilde openen waarin hij ook zijn eerste investeringen niet terugverdiende dan is dit zeker ook voor Ahold een doelstelling dat het wil investeren in toekomstige ontwikkelingen van retail, daarbij wil zijn, voorloper wil zijn en wil zorgen dat Ahold met zijn positie ook voor de toekomst een duidelijk marktaandeel kan hebben en daarmee investeert Ahold zowel in bol.com als in Albert Heijn. De éénhonderd miljoen euro (EUR 100.000.000,-) in bol.com is heel duidelijk gericht op verdere groei, maar Ahold heeft het eigenlijk hard nodig nu, want als hij kijkt naar hoe hard bol.com nu al groeit dan groeien ze waarschijnlijk al snel uit hun jasje. Dus dat zegt alleen maar wat over de positie van bol.com in de Nederlandse markt. Ahold heeft ooit aangegeven, ook in diezelfde discussie in tweeduizendveertien, dat Ahold richting tweeduizendachtien weer wil zoeken naar rentabiliteit terug in de business, tenzij Ahold harder kan blijven groeien, want het is nu eenmaal zo dat Ahold wil blijven groeien met de business.

De heer Boer gaat terug naar Greenpeace. Dat is een belangrijk onderwerp voor de aandeelhouders maar ook zeker voor het Bestuur. Hij zei toevallig vorige week toen er weer een mooie video was van Albert Heijn dat hij de video van Jeroen wel heel kenmerkend vond. Dat paste eigenlijk heel goed bij de actie van vandaag en die in het weekend is begonnen wat betreft Greenpeace met de bijtjes en de bestuivers zoals de heer Kodde ze noemt. Hij denkt dat dit dicht bij Aholds hart ligt en heel belangrijk is. Natuurlijk zijn zij zelf geen boeren, maar ze hebben wel de verantwoordelijkheid en die proberen ze te nemen als bedrijf richting Aholds supply chain. Het voorbeeld van Jeroen is heel kenmerkend: werken met de supply chain, al veertig tot vijftig jaar heel diep en geïntegreerd werken en bezig zijn met hoe Ahold die hele keten kan verduurzamen. Dat is eigenlijk wat voor Ahold van belang is. De aandeelhouders hoorden Jeroen in de video ook al zeggen hoe weinig ze uiteindelijk nog moeten gebruikmaken van middelen. Het kan nog net niet biologisch genoemd worden maar de komkommer kan gewoon opgegeten worden zonder de schil eraf te halen en dat zegt iets over het weinige gebruik van pesticiden dat Ahold toestaat. Dat is zeker belangrijk voor Ahold zelf. Ahold zal er zeker mee bezig gaan, ook omdat het een algemeen dilemma is, niet alleen voor Ahold met zijn landbouwers. Ahold wil zeker nog verstandiger omgaan met de pesticiden en met Greenpeace blijven communiceren over hoe dit te verbeteren. De bloemen buiten is iets wat Ahold minder kan beïnvloeden. Maar het is heel belangrijk en hij is het met de heer Kodde eens dat het een thema is dat allen aangaat.

Dan was er een volgende vraag met heel veel adviezen van de heer Vreeken. De fusie is nog niet rond, dus Ahold kan op een aantal dingen nog niet eens antwoord geven. Bijvoorbeeld ten aanzien van de impact van aanslagen in België weet Ahold de omzet van Delhaize niet en mag die ook niet weten. Ahold weet echter wel dat het bedrijf daar erg door geraakt was en dat de hele samenleving daardoor geraakt is. Iedereen weet dat als dit soort dingen gebeuren. Ahold probeert daar zo goed mogelijk op voorbereid te zijn. De heer Vreeken had het ook over sponsoring. Ahold sponsort het Rijksmuseum. Ahold heeft prachtige campagnes gedaan met het Rijksmuseum voor vaste klanten. Ook daarin hoopt Ahold een aantal pogingen te wagen om zichtbaarder te zijn in de samenleving. Dit is wat Albert Heijn en Ahold is overal in de wereld. De zichtbaarheid is goed. Ten aanzien van diefstal in winkels weet het Bestuur dat het daar continu op moet letten en het is ook een belangrijk uitgangspunt van de medewerkers en managers om daar goed op te letten. Hij verzekert de heer Vreeken dat Ahold dat elke dag weer doet. Ten slotte was er een vraag over marge. Hij vraagt of de heer Carr die wil beantwoorden.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Carr.

De heer Carr remarks that the total margin in de group did decline ten (10) basis points. As he mentioned in his presentation the reason for that decline was primarily based on two (2) factors, the fact that Ahold increased its investments in bol.com and also that the costs in relation to pensions increased, particularly in the Netherlands which is directly related to decreasing interest rates. Linking that back to the question of value creation and online, Ahold does take that as a very careful consideration. For example, three years ago when Ahold introduced return on capital as a key measure in the incentive programs, Ahold did that because it saw a strong correlation with return on capital and value creation. Ahold does expect bol.com to be able to deliver a good

return on capital to the group but clearly Ahold is today in an investment phase. In terms of the fifty-third week, it had a very negligible effect on the total group, although it did have for the full year about a ten (10) basis points impact on the US business. But it did not have a significant impact on the total group. The fifty-third week did not impact the way Ahold did its accounting and accrued its costs and therefore the fifty-third (53rd) week did not impact the margins in the Netherlands and the Czech Republic. It was only impactful on margin in the US.

On the second question with relation to the performance of the Czech and also the US business, the US business showed positive identical sales growth of nine/tenth percent (0.9%). He believes this is a good trend. He thinks shareholders should look at the trend of sales performance where shareholders were looking at negative identical sales two years ago. There is now a positive identical sales performance of nine/tenth percent (0.9%) with little or no price inflation. Ahold was pleased with that performance in the US. In fact, the Czech Republic, although it showed strong overall sales growth had slightly negative identical sales growth and that is comparable store-by-store sales performance. The reason the Czech Republic did slightly worse is the fact, as he mentioned in his speech, that with rebranding of some of the larger acquired SPAR stores to the Albert brand, some customers did not return. The team has been doing fantastic work over the last nine (9) months to bring those customers back into the stores. Management is starting to see that those customers come back and that identical sales numbers recover.

De voorzitter dankt de heer Carr en geeft de gelegenheid voor een volgende ronde van vragen.

De heer Bongaerts (VEB) geeft aan nog een paar opmerkingen te hebben over online. Daarna zou hij nog graag wat over Tsjechië en Duitsland willen vragen.

Voor wat betreft online heeft hij het antwoord van de heer Boer gehoord. Hij heeft daar nog aanvullende opmerkingen op. Bol.com is natuurlijk eigenlijk iets heel anders dan het reguliere verlengstuk van de online supermarkt die Ahold ook biedt. Hij hoorde de heer Boer het hebben over de onbeperkte van online, zoals Ahold die met de acquisitie van bol.com binnenhaalde. In hoeverre zou het niet zo kunnen zijn dat Ahold die onbeperkte toch enigszins beperkt maakt, juist doordat het een veel grotere organisatie is waar ook hele andere afwegingen een rol in spelen?

Wat betreft online begreep de VEB dat er wat problemen waren bij een nieuw distributiecentrum voor Peapod. Kan Ahold de aandeelhouders daar iets meer over vertellen? Zijn die problemen inmiddels verholpen? Kan Ahold daar ook relevante lering uit trekken voor de nieuw op te tuigen distributiecentra in Nederland?

Vervolgens wil hij het kort hebben over Tsjechië en Duitsland. Over Tsjechië werd vorig jaar al gezegd dat de resultaten zouden verbeteren en dat lijkt in tweeduizendvijftien te zien. De heer Carr heeft vorig jaar daarover gezegd dat "a good return on that investment should be delivered". Blijft hij nog steeds bij dat standpunt? Dan hoort de VEB dat natuurlijk graag. Hij vraagt ook uit te leggen waar Ahold de verbetering nog verder gaat zien.

Duitsland is tot nu toe hier niet besproken maar vorig jaar heeft de heer Boer daar nog het een en ander over gezegd, namelijk dat 'nu moet blijken of Ahold ook kan doorgroeien met dat concept.'

Met dat concept werd bedoeld AH to go in Duitsland. Hij is natuurlijk erg benieuwd naar wat de stand van zaken op dit moment is.

Mevrouw Valkhoff geeft aan te spreken namens de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO). Dit is de enige beleggersvereniging in Nederland die opkomt voor de belangen van institutionele en particuliere beleggers die willen bijdragen aan duurzame ontwikkeling. De VBDO maakt multinationals en beleggers bewust van hun bijdrage aan een duurzame kapitaalmarkt. Dat doet de VBDO door onderzoek te doen, netwerkbijeenkomsten te organiseren en vragen over duurzaamheid te stellen op aandeelhoudersvergaderingen en dat doet zij dus bij dezen. De VBDO heeft met heel veel belangstelling het responsible retailing report gelezen en de VBDO heeft gezien en ook net gehoord dat alle doelstellingen zijn behaald. Daar wil de VBDO Ahold bij deze dan ook heel hartelijk mee feliciteren. Natuurlijk heeft de VBDO ook een vraag over de toekomstige duurzaamheidsstrategie. Wat is het effect van de fusie op de duurzaamheidsstrategie? Ahold heeft een strategie tot tweeduizendtweintig. Gaat dat gewoon zo door? Komen daar ook allerlei dingen bij of is een plus een drie? Wat kunnen aandeelhouders verwachten wat betreft de doelstellingen en de voorgenomen activiteiten en wanneer gaan aandeelhouders daarover horen?

Verder heeft zij nog een paar vragen over Aholds sociale strategie. De milieustrategie slaat ze even over en laat zij over aan haar collega de heer De Kruif. Ahold heeft de aandeelhouders verteld dat het zoveel mogelijk de supply chain in kaart aan het brengen is. Dat betreft niet alleen de directe toeleveranciers maar ook de verwerkers, de producenten en de boeren. Het is zeg maar de hele keten van het zaadje tot het gaatje. De vraag van de VBDO is of Ahold die indirecte leveranciers al in kaart heeft en in hoeverre Ahold de risico's in de keten kent, niet alleen op kwaliteit maar ook op milieugebied en sociaal gebied. Is Ahold zich bewust welke impact de productie op sociaal gebied en milieugebied heeft? Heeft Ahold de sociale risico's in haar ketens in de peiling, bijvoorbeeld ten aanzien van kinderarbeid, gedwongen arbeid, onderbetaling. De VBDO heeft gelezen dat Ahold BSCI, het Business Social Compliance Initiative, omarmt en dat Ahold van al zijn toeleveranciers verwacht dat zij daaraan voldoen. Dat is prima maar er is altijd een maar. De VBDO wil graag dat bedrijven zich committeren aan het betalen van leefbare lonen in de keten en een leefbaar loon moet voldoende zijn om in de basisbehoeften van werknemers en hun gezin te voorzien. Leefbare lonen zijn er in Nederland wel maar in een heleboel arme landen zijn die leefbare lonen ver beneden het minimumloon. In BSCI is het minimumloon de standaard. De vraag is of Ahold enig idee heeft of leefbare lonen in haar keten worden behaald. Zou Ahold doelstellingen willen formuleren ten aanzien van het behalen van leefbare lonen en hoe gaat Ahold zijn leveranciers daarbij ondersteunen?

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Spanjer wil beginnen om dank te zeggen voor de beantwoording van de vragen die hij in zijn eerste termijn stelde. Op bladzijde achtentwintig heeft hij ook nog wat gevonden. Onder het tweede blokje van de stakeholders, regel 3, staat dividend payment ratio. Dat percentage was éénenvijftig procent (51%) in tweeduizendveertien en in tweeduizendvijftien is het negenenveertig procent (49%). Waarom is het twee procent (2%) minder? Heeft dat ermee te maken dat de

inkooprijzen duurder waren? Zit daar een correlatie in en wat kunnen aandeelhouders potentieel verwachten voor de komende vijf jaar? Hij kan zich voorstellen dat het in tweeduizendzestien en tweeduizendzeventien met Delhaize nog wat onder druk staat, maar wat kunnen de aandeelhouders daarna verwachten. Zijn volgende vraag betreft bladzijde drieënzestig. Ahold voert bij de peer group Delhaize Group aan, maar Ahold wil met de Delhaize Group toch een gezin gaan beginnen. Waarom wordt die dan in de peer group meegenomen? Dat begrijpt hij niet. Dan staat er Staples. Daar kun je stoelen, tafels en aanverwante artikelen kopen, en een paar doosjes met thee en aanverwante artikelen, maar wat heeft dat met een retail supermarkt te maken? Dan staat op bladzijde éénhonderdeenveertig dat Ahold vroeger gevestigd was in het Zwitserse Klosters maar nu in Zug. Aholds Portugese vrienden zitten nog steeds in Klosters. Blijven die in Klosters of gaan die ook op een gegeven ogenblik verhuizen naar Zug? Is daar enige informatie over?

De voorzitter geeft het woord aan de laatste spreker van deze vragenronde.

De heer Koster wil Ahold allereerst feliciteren met het behaalde resultaat want dat is nog niet gebeurd met dank aan alle medewerkers. Hij heeft de slides voorbij zien gaan en dan vallen hem toch bepaalde dingen op. Hij is ook nog een klein beetje agrariër en er stond "geen gemodificeerde producten". Dat bevreemdt hem een beetje want hij krijgt ook nog suikerbieteninformatie. Levert Ahold dan in Amerika alleen maar suiker vanuit Europa? Want vijftienennegentig procent (95%) van de bieten in de VS is gemodificeerd. Dus hij denkt dat Ahold niet om de Amerikaanse agrariërs heen kan. Dus wat er dan staat dat klopt niet helemaal. Zo zijn er wel meer producten in Amerika, waar zeker Monsanto een machtspositie heeft en die zorgt er wel voor dat al die Amerikaanse boeren gemodificeerde bieten zaaien. Als Ahold dat schrijft dan moet Ahold de suikerafnemer van Südzucker zoeken, waar hij ook aandeelhouder is, want die hebben dat nog niet. Daar wil hij Ahold toch even op wijzen. Er zit soms iemand in de zaal die iets anders ziet dan de stadse lui, waar de meeste mensen uit bestaan. Hij wil hier graag een reactie op.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Boer en verzoekt opnieuw met de vragen van de heer Bongaerts van de VEB te beginnen.

De heer Boer geeft aan dat de heer Bongaerts een vraag had over de onbeperktheid van het online aanbod. Dat is eigenlijk een visie en dat is de wereld van vandaag. Mensen kunnen eigenlijk overal en altijd alles beschikbaar krijgen. Vandaar ook dat je eigenlijk een online propositie hebt die onbeperk is. Dat is wat Ahold ook heel duidelijk in haar visie neergezet heeft. Onbeperktheid is ook nodig voor voedsel. Daar heeft Ahold meer beperktheid. Ahold vindt het zeker met voeding wel verstandig om het hele assortiment van Ahold online te hebben, maar ook daar zou je kunnen denken om bijzondere dingen beschikbaar te maken. Dan kom je weer terug op het bijzondere bereikbaar maken voor de klant. Dat moet wel binnen een bepaalde bandbreedte. Ook binnen bol.com betekent dat heel vaak dat Ahold dat met partnerships doet. Ahold werkt heel vaak met lokale retailers die via de website van bol.com hun producten kunnen aanbieden en daarmee creëer je eigenlijk een veel groter aanbod dan als je alleen je eigen producten aanbiedt. Dat noemt Ahold "plaza". Inmiddels is al twintig procent (20%) van de omzet

via de website van bol.com van andere partners, van andere retailers in Nederland die hun producten aanbieden via de website. Daarmee creëert Ahold ook een mooi platform voor alle retailers om online te kunnen zijn. Dus dat maakt het eigenlijk prachtig voor hen.

De heer Bongaerts vroeg hoe de situatie in Duitsland is. Ahold heeft het laatste halfjaar heel hard gewerkt aan heel veel dingen en geografisch gekeken naar de positionering van Ahold na de fusie en wat dat betekent. De positionering van Duitsland is tot op heden niet de hoogste prioriteit gebleken. Ahold heeft daar nog een aantal winkels van to go. Zeker als de tijd het Bestuur wat meer gegund is dan zal Ahold er eens over nadenken wat de positie zou moeten zijn van deze to go-winkels in de toekomst. Hij vraagt de heer McCann om iets te vertellen over Peapod.

De voorzitter geeft het woord vervolgens aan de heer McCann.

De heer McCann remarks that the question was whether Ahold has learned the lessons around the Peapod warehouse and whether it is operating correctly. The answer to the second part is that it is now operating correctly. The Key Performance Indicators are looking much stronger and the volume is starting to build up now as Ahold marketed the Peapod operation more and more within New York. The answer to the first part of the question is absolutely yes. Ahold had teams come to the Peapod warehouse to look at the automation, to learn the lessons about setting up automated warehouses. His colleague Mrs. Faber, who is sitting at the front, has been materially involved in that and she is responsible for the bol.com business within the Netherlands. It is Ahold's intention to open the bol.com distribution center with all of those lessons in mind.

De voorzitter geeft het woord vervolgens aan de heer Carr.

De heer Carr remarks that Ahold has owned the Czech business for a number of years and it is fair to say that the return on capital has not been positive relative to the cost of capital. When Ahold did the acquisition of the SPAR stores, Ahold gave some clear guidance to its investors that this acquisition would help Ahold get to a positive return on capital and a return on capital in excess of the costs. The acquisition is on track. Ahold did make improvements in two thousand and fifteen as the shareholders have seen and scheduled to continue to make improvement in two thousand and sixteen getting to a three to four percent (3-4%) margin in the Czech market in the near future. It is a tough market in the Czech Republic. Pricing is very keen. The German retailers are very aggressive, but Ahold now has a strong number two brand in the Czech market and Ahold remains on track to hit the targets that it gave at the time of the acquisition of SPAR.

De voorzitter geeft vervolgens het woord aan de heer Boer voor de beantwoording van de vragen van mevrouw Valkhoff van de VBDO.

De heer Boer dankt mevrouw Valkhoff in de eerste plaats voor haar compliment. Hij denkt dat Ahold zeker in de afgelopen vijf jaar heel veel inspanningen heeft gedaan die ook zichtbaar zijn in het responsible retailing report. Desondanks is dit iets wat Ahold zal moeten continueren dag in dag uit en het zit ook heel erg in de genen van het bedrijf om te zorgen hoe het uiteindelijk de hele supply chain kan verbeteren en dat gaat tot de last resort zoals mevrouw Valkhoff zelf al aangaf. Ahold wil en tracht ook in kaart te brengen, via BSCI maar ook via de eigen relaties met

haar suppliers, om zover mogelijk in de keten te gaan en terug te gaan. Hij kan vertellen dat dit niet altijd even eenvoudig is. Van welke boot de garnalen uit Thailand uiteindelijk afkomen en hoe die gevangen zijn en wat daar gebeurd is betekent dat Ahold heel diep in de keten moet en ook de leveranciers heel helder moet aanspreken op wat Ahold wel en niet wil. Het is heel duidelijk wat Ahold wel wil. Dat zijn namelijk fatsoenlijke arbeidsomstandigheden en een minimumloon.

Mevrouw Valkhoff had het over een leefbaar loon. Ahold gaat in eerste instantie zorgen voor een minimumloon en dat is een voorwaarde waar alle medewerkers die in de landen voor Aholds leveranciers werken ook aan moeten voldoen, zeker ook wat betreft kinderarbeid en sociale omstandigheden. Hij noemt een paar dingen die hoog op de agenda van Ahold staan. Als mevrouw Valkhoff het heeft over een leefbaar loon dan is dat een veel ingewikkeldere materie. Daarom zegt hij dat Ahold in eerste instantie in staat moet zijn om te zorgen dat voor iedereen in alle landen het minimum wettelijk loon wordt toegepast. Hij noemde in zijn speech al het feit dat Ahold met de CIW een overeenkomst heeft in Amerika om ook heel duidelijk daar aandacht te geven aan het feit dat er een eerlijke beloning is maar datzelfde geldt voor heel veel landen waar Ahold zijn producten vandaan haalt. Hij heeft de Albert Heijn Foundation genoemd waarin Ahold probeert op een goede manier bezig te zijn met de sociale omstandigheden van Aholds medewerkers die ter plekke werken op de boerderijen. Maar Ahold wil zeker voor het loon en de sociale omstandigheden aandacht blijven vragen. Dat zal Ahold ook blijven doen.

De vraag van mevrouw Valkhoff was wat Ahold gaat doen als de combinatie er is. Natuurlijk hebben alle twee de bedrijven een heel duidelijke sustainability agenda en in de komende tijd zullen zij ook gaan vormen wat zij willen zijn en wat de ambities zullen zijn voor tweeduizendtweintig. Er is een eerste aanzet gegeven in het rapport maar Ahold vond het te prematuur om nu al de ambities van de nieuwe groep neer te zetten, maar de groep zal die zeker lanceren aan het einde van het jaar. Dat waren volgens hem in eerste instantie de vragen van mevrouw Valkhoff over duurzaamheid. De heer Spanjer had nog een paar feitelijke vragen over het jaarrapport.

De voorzitter vraagt de heer Carr om deze te beantwoorden.

De heer Carr remarks that the dividend policy of Ahold is to pay between forty and fifty percent (40-50%) of Ahold's retained net income. Last year Ahold paid fifty-one percent (51%). This year Ahold paid the forty-nine percent (49%) that Mr. Spanjer referred to. The percentage came down, but most importantly you need to look at what Ahold pays out in terms of dividend per share and that increased from forty-eight eurocent (EUR 0.48) per share to fifty-two eurocent (EUR 0.52) per share which Ahold is proposing this year which is an eight percent (8%) increase. He thinks that that increase is in line with earnings from continuing operations and is a fair and a significant increase in the dividend. Mr. Spanjer asked a question whether that will continue. Ahold has stated that it is likely to keep the policy of forty to fifty percent (40-50%) pay-out going forward, but obviously that needs to be reviewed by the new company's Board and the shareholders of the new company.

He would like to just touch on issue of Jerónimo Martins and their offices in Klosters. Jerónimo

Martins is a separate company. Ahold is a minority owner with a forty-nine percent (49%) ownership. Therefore Ahold cannot dictate to them. They keep their company in Klosters and he could not say whether they plan to move or not. Therefore he cannot really comment on that. The next question is on the peer group.

De voorzitter geeft aan dat de peer group een vergelijking is zoals die in tweeduizendvijftien heeft plaatsgevonden. Delhaize was heel tweeduizendvijftien nog een afzonderlijk bedrijf. Naar voren toe, na de fusie, zal Delhaize Group uit de peer group verdwijnen.

De heer Boer geeft aan dat de heer Koster een vraag had over GMO's en met name het gebruik daarvan in Amerika wat betreft suiker. Dat klopt, want in Amerika zijn GMO's veel breder toegestaan of in ieder geval toegepast dan in Nederland. In Nederland heeft Ahold zover hij weet geen GMO-geproduceerde suiker. Wat de nieuwe handelsomgeving zal brengen weet hij ook niet op dit moment, maar heel duidelijk is dat er ook in Amerika wel duidelijk een discussie aan de gang is over het gebruik van GMO's. Dus er is ook in Amerika duidelijk een discussie gaande over het gebruik van de GMO's. Ten slotte zal Ahold zien wat het betekent, maar ook de eigen producten, bijvoorbeeld in Amerika met Nature's Promise zijn GMO-vrij.

De voorzitter geeft aan een laatste ronde te willen doen met vragen over deze onderwerpen en geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Van der Lely wil ook van zijn kant een compliment geven aan de medewerkers en aan allen die positief hebben bijgedragen. In de inleiding werd gesproken over de prijzen van de AGF-producten in de winkels. Die staan op het punt verlaagd te worden. De vraag is waar Ahold dit vandaan haalt. Haalt Ahold dit uit de marge of bij de producent? Bij de marge gaat het ten koste van het dividend van de aandeelhouders en de producent zit al op de bodem. Dus dit lijkt hem een minder geslaagd idee. Hij denkt dat Ahold gewoon die prijs constant moet houden en eventueel moet verhogen. Je moet het halen waar het is. En hoever kun je gaan? Daar zal hij een marketingtip in geven. Ahold moet met de pricing gaan tot de pijngrens. Daarboven moet je niet zitten en alles wat je daaronder zit ben je vergeten op te halen. Dit is zijn tip.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Knol geeft aan een private belegger te zijn. Hij vraagt hoe de negatieve rente Albert Heijn op dit moment beïnvloedt. Ahold heeft een prachtige cash flow. Dus Ahold moet ergens met het geld naartoe. Ahold kan het niet in een oude sok stoppen. Zijn eerste vraag is of Ahold al betaalt. Zijn tweede vraag is over het hedgen van de Amerikaanse dollar en euro. In hoeverre doet Ahold dat of is het helemaal nul?

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer De Kruijff geeft aan dat hij ook de VBDO vertegenwoordigt. Graag zou hij onder andere in het verlengde van Greenpeace, waarvan hij de agendering van de bijen erg aanmoedigt, het bredere concept van natuurlijk kapitaal op de kaart zetten. Natuurlijk kapitaal zijn die bossen, het

goede water en het landbouwareaal dat mensen in staat stelt om te produceren wat zij nodig hebben, dat mensen in staat stelt om zich te voeden. Daarvan is Ahold in grote mate afhankelijk en daar is iedereen van afhankelijk. Hij denkt dat het een heel nuttig concept is om via die route te kijken wat de impact is van Aholds bedrijfsvoering door de hele keten heen. Daarbij wil hij wel erkennen dat Ahold goed bezig is met de verantwoorde inkoop van bijvoorbeeld thee, soja, cacao en dat daar zulke goede cijfers op gehaald worden. Echter, de gecertificeerde inkoop ziet hij als hij dat doorredeneert nog niet per se naar een systeem dat op lange termijn vol te houden is om te produceren wat mensen willen consumeren, want volgens hem wil Ahold of Ahold Delhaize een lange termijn onderneming zijn. Hij raadt dan ook aan een impactanalyse te doen op natuurlijk kapitaal, dat wil zeggen in hoeverre de bedrijfsvoering of de keten invloed heeft op de water- of bodemkwaliteit en het landbouwareaal. Hij zou Ahold of Ahold Delhaize uit willen nodigen om een zodanige impactanalyse ook openbaar te maken.

De voorzitter geeft aan dat hij over wil gaan tot het beantwoorden van de vragen.

De heer Boer verwijst naar de vraag van de heer Van der Lelie wat betreft de prijzen van AGF. Hij noemde dat in zijn speech omdat Ahold gezonde producten beschikbaar wil maken voor klanten en ervoor wil zorgen dat iedereen de beschikbaarheid krijgt over groenten en fruit omdat dat nu eenmaal het belangrijkste product is voor een gezonder leven. Vandaar dat Ahold hard werkt met haar bedrijven zowel in Amerika als in de rest van Europa om efficiënter te worden in de supply chain, zo min mogelijk afval te hebben, zo min mogelijk weg te gooien. Door dat te doen kan Ahold de prijzen ook verlagen. Het is zeker niet zo dat Ahold eerst zal kijken naar de leveranciers en producenten. Hij noemde al hoe Ahold samenwerkt met zijn leveranciers. Dat is niet gebaseerd op de prijs van vandaag. Dat is een prijs gebaseerd op een langdurige relatie zodat ook zij een boterham kunnen verdienen uit het geweldige werk wat zij voor Ahold doen. Dat is het antwoord op de vraag over AGF. En het is een 'balancing act' tussen enerzijds het dividend en de leveranciers waar hij nog aan toe wil voegen de gezondheid van Aholds klanten. Dat is eigenlijk de 'balancing act' die Ahold moet spelen. Het hedgen laat hij over aan de heer Carr.

De heer Boer geeft aan dat hij de vraag van de VBDO nog even kan meenemen. De vraag van de heer De Kruif is heel duidelijk natuurlijk. Natuurlijk kapitaal gaat heel ver. Als hij kijkt naar de producten die Ahold verkoopt dan is Ahold een retailer die in feite producten verkoopt van een leverancier en die doorverkoopt. Ahold is natuurlijk wel steeds meer betrokken, en dat heeft hij ook aangegeven, in waar de producten vandaan komen, hoe ze groeien en waar ze vandaan komen. Ahold is nu duidelijk de risicoanalyse aan het maken. Waar zit de grootste waste eigenlijk, waar kan Ahold dingen veranderen en met name omdat Ahold een zodanig grote variëteit aan producten heeft te focussen op de hotspots waar Ahold invloed uit kan oefenen. Dat heeft Ahold vijf of tien jaar geleden gedaan toen Ahold zei dat het de supply chain duurzamer wilde maken. Van daaruit heeft Ahold ook zes critical commodities aangepakt, maar het is ook het verduurzamen van de keten. Zijn visie is altijd geweest dat je de keten moet verduurzamen en niet alleen maar moet kijken naar de nicheproducten. Ahold moet proberen de hele keten te verduurzamen. Dat is eigenlijk ook een oproep van de VBDO. Het voorbeeld van de komkommerkweker van vandaag is het verduurzamen van een keten, verduurzamen samen met

de kippen- of varkensleveranciers. Om overall een impactanalyse te maken is heel kostbaar. Dus Ahold gaat zich focussen op de hotspots.

De voorzitter geeft vervolgens het woord aan de heer Carr.

De heer Carr remarks that the first question was on the effect of negative interest rates, specifically on cash. Obviously negative interest rates affect Ahold in other ways such as the impact on inflation, sales and pension costs. But specifically, Ahold had two billion four hundred million euro (EUR 2,400,000,000) of cash at the end of the year. Ahold does not currently pay negative interest rates, but Ahold is getting an incredibly small return on that cash. So, in two thousand and twelve Ahold published some standards of what Ahold considers to be an efficient balance sheet – of how Ahold runs its balance sheet with an appropriate level of cash. Ahold said that it would use the balance of the cash to invest in growth or, where Ahold does not see further investment opportunities because the returns are not there, return the cash to shareholders. The balance at the end of two thousand and fifteen was a little high because Ahold stopped the share-buyback program that it had in place at the time of the announcement of the merger, but Ahold will be returning more cash prior to the merger with the capital return.

Specifically in terms of hedging Ahold hedges for specific exposures. So Ahold hedges for specific exposures where Ahold has acquisitions of products in a foreign currency, but Ahold does not hedge its earnings from the US in terms of the translation effect. So yes, Ahold benefits since two thirds of Ahold's earnings are in US dollar. Ahold benefits when there is a strong dollar and obviously, that will have a more negative impact when there is a weaker dollar. But Ahold does not hedge that effect. That would be more speculative.

De voorzitter stelt vast dat er verder geen vragen of opmerkingen meer zijn. Hij vraagt de notaris om de nodige mededelingen te doen over het aantal mogelijk uit te brengen stemmen.

De notaris deelt mee dat er vandaag tweehonderddrieënvijftig (243) personen aanwezig zijn als aandeelhouder of als gevolmachtigde. Zij vertegenwoordigen samen vijfhonderdvijftientwintig miljoen zeshonderdvijftigduizend zesenzeventig (525.750.046) gewone aandelen met een gelijk aantal stemmen en tweehonderdachtenzestig miljoen vierhonderdvijftienduizend éénhonderddrie (268.415.103) preferente financieringsaandelen die recht geven op vierenzeventig miljoen driehonderdtweeënzestigduizend negenhonderddrieënzestig (74.362.963) stemmen. Bij elkaar opgeteld kunnen in totaal zeshonderd miljoen éénhonderddertien duizend negen (600.113.009) stemmen worden uitgebracht. Van het aantal uitstaande gewone aandelen is drieënzestig acht/tiende procent (63,8%) vertegenwoordigd. Van het totale uitstaande kapitaal is tweeënzeventig zeven/tiende procent (72,7%) vertegenwoordigd.

De voorzitter geeft aan dat dit mooie percentages zijn en gaat over tot het stemmen. De eerste keer zal hij de zaal iets uitgebreider begeleiden bij de stemprocedure en zal de stemming ook wat langer open blijven. Indien nodig kunnen aandeelhouders hulp vragen bij een van de in de zaal aanwezige hostesses door hun hand op te steken. De aandeelhouders dienen hun stempas met

de goudkleurige chip naar hen toe gericht in de stemkastjes te zetten op de aangegeven wijze zoals zij op het scherm kunnen zien.

Zodra de stemming wordt geopend zien zij de keuzemogelijkheden op het scherm. De aandeelhouders zien drie keuzemogelijkheden: een is voor, twee is tegen en drie is onthouding. Op het scherm van het stemkastje zal een bevestiging van hun keuze verschijnen nadat zij hun keuze hebben gemaakt. Als zij hun stem dan alsnog willen corrigeren dan kunnen ze dat doen door opnieuw een keuze te maken. De laatste keuze geldt dan. De aandeelhouders kunnen aan de tijdsbalk op het scherm zien hoe lang de stemming nog open is. Als de tijdsbalk volledig uit beeld is dan is de stemming ten einde.

De aandeelhouders kunnen hun stempas in het kastje laten zitten voor de volgende stemming. Als de aandeelhouders meer stempassen hebben dan dienen zij iedere stempas in te voeren en hun stem uit te brengen zodra zij de keuzemogelijkheden zien verschijnen.

De voorzitter stelt vast dat er kan worden gestemd. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 5, het voorstel tot vaststelling van de jaarrekening over het boekjaar tweeduizendvijftien en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat negenennegentig achtentachtig/éénhonderdste procent (99,88%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

De voorzitter opent vervolgens de stemming over agendapunt 6, het voorstel tot vaststelling van het dividend over het boekjaar tweeduizendvijftien en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat éénhonderd procent (100%) van de aandeelhouders voor heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen en merkt op dat dit wel een applaus waard is.

7 Voorstel tot het verlenen van décharge aan de leden van de Raad van Bestuur

De voorzitter gaat vervolgens verder met agendapunt 7, het verlenen van decharge aan de leden van de Raad van Bestuur die in functie waren gedurende het boekjaar tweeduizendvijftien voor de uitoefening van hun taak gedurende het boekjaar tweeduizendvijftien. Hij geeft graag gelegenheid tot het stellen van vragen met betrekking tot dit agendapunt. Hij ziet dat niemand daar gebruik van wil maken en gaat direct over tot stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 7 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat achtennegentig zeven/tiende procent (98,7%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

8 Voorstel tot het verlenen van décharge aan de leden van de Raad van Commissarissen

De voorzitter gaat vervolgens verder met agendapunt 8, het verlenen van decharge aan de leden van de Raad van Commissarissen die in functie waren gedurende het boekjaar tweeduizendvijftien voor de uitoefening van hun taak gedurende dat boekjaar tweeduizendvijftien. Hij geeft gelegenheid tot het stellen van vragen. Hij ziet dat daar geen gebruik van gemaakt wordt

en gaat over tot het stemmen. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 8 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat achtennegentig zeven/tiende procent (98,7%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

9 Voorstel tot wijziging van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 9, het voorstel tot het wijzigen van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur. De heer Van den Bergh, voorzitter van de Remuneratiecommissie, zal een toelichting geven over de voorgestelde wijzigingen. Hierna krijgen de aandeelhouders gelegenheid tot het stellen van vragen. Hij geeft vervolgens het woord aan de heer Van den Bergh.

De heer Van den Bergh begint zijn presentatie en geeft het volgende aan:

“Dank voorzitter. Dames en heren, het is mij een genoegen u het nieuwe beloningsbeleid voor de nieuwe organisatie Ahold Delhaize voor te leggen. In de afgelopen maanden hebben we hierover uitvoerig gesproken zowel binnen de Remuneratiecommissie van Ahold als met de Remuneratiecommissie van Delhaize. We hebben goed gekeken naar de praktijk van beide organisaties alsmede naar de praktijk uit de markt. Voort hebben we aansluiting gezocht met de strategie van Ahold Delhaize die gericht is op het behalen van uitdagende doelstellingen. Deze doelstellingen streven naar een stabiele groei van de onderneming gekoppeld aan duurzaamheid. Het beleid is uiteraard ook afgestemd op de belangen van onze aandeelhouders, waarbij het merendeel van de beloning afhankelijk is van geleverde prestaties en voor een groot deel wordt toegekend in aandelen. In de jaarvergadering van vorig jaar heb ik toegezegd dat we het beleid zouden evalueren. Uiteindelijk is gekozen voor een beleid voor de nieuwe organisatie, dat grotendeels voortvloeit uit het huidige beloningsbeleid van Ahold. Hierbij hebben we een aantal beperkte wijzigingen doorgevoerd.

Ten eerste is, zoals u gevraagd heeft, de referentiegroep aangepast waarmee de nadruk op Amerikaanse bedrijven is verlaagd en er een goede balans is aangebracht tussen een drietal groepen van bedrijven. We hebben een referentiegroep samengesteld bestaande uit achttien bedrijven: zes (6) uit Amerika, zes (6) uit Europa en zes (6) uit AEX-bedrijven, aangezien we een Nederlands bedrijf zijn met een beursnotering in Amsterdam. Ahold Delhaize zit in het midden van deze groep op basis van een drietal financiële kerncriteria: omzet, marktkapitalisatie en de totale waarde van de bezittingen. Op basis van deze gebalanceerde referentiegroep hebben we een benchmark uitgevoerd en de totale beloning van de leden van de Management Board iets aangepast. Het basissalaris is verhoogd met een vijfenzeventig/éénhonderdste procent (1,75%). Het targetpercentage van de kortetermijnbonus is ongewijzigd gebleven en de hoogte van het percentage van de langetermijnaandelenregeling is iets verhoogd. Zoals u kunt zien op de slide leidt deze aanpassing tot een stijging van het totale inkomen van vijf tot negen procent (5-9%). Ondanks de significante verandering van de organisatie als gevolg van de fusie is een verdere aanpassing van de vaste beloningsonderdelen niet voorgesteld.

Ten tweede hebben we het sustainability-onderdeel in de korte termijn bonus vervangen door een set van persoonlijke doelstellingen. Het sustainability-onderdeel hebben we ondergebracht in de

lange termijn aandelenregeling en de weging hiervan ook verdubbeld. De kortetermijnbonus is voor negentig procent (90%) gebaseerd op de financiële resultaten en voor tien procent (10%) gekoppeld aan persoonlijke doelstellingen.

Ten derde hebben we in de langetermijnaandelenregeling de conditionele aandelen vervangen door performance aandelen. Dit houdt in dat de gehele toekenning van aandelen afhankelijk is gemaakt van de toekomstige performance over een periode van drie (3) jaar. Ook hebben we de vergelijkingsgroep voor de TSR aangepast en beter afgestemd op vergelijkbare bedrijven in Amerika en Europa. Deze aanpassing was ook nodig om Delhaize te vervangen wanneer wij samengaan met Delhaize. Tot zover het voorstel tot wijziging van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur.”

De voorzitter geeft vervolgens gelegenheid tot het stellen van vragen.

De heer Bongaerts (VEB) heeft voor wat betreft het remuneratiebeleid en de toelichting die de heer Van den Bergh heeft gegeven grosso modo twee punten die hij graag zou willen aansnijden. Het eerste punt is de evaluatie waaraan de heer Van den Bergh refereert en het tweede is de totstandkoming van het voorstel zoals dat er nu ligt.

Wat betreft de evaluatie is het inderdaad juist dat in de vergadering van vorig jaar gesproken is over een evaluatie die eind tweeduizendvijftien zou plaatsvinden. Daarbij is ook aangekondigd, zoals in de notulen is te vinden, dat bij die evaluatie stakeholders en aandeelhouders betrokken zouden worden. Zijn vraag is om te beginnen of zij inderdaad in die evaluatie zijn betrokken en zo ja, wie en welke aandeelhouders dat zijn geweest. Zijn vervolgvraag is welke overwegingen binnen die evaluatie boven zijn komen drijven, hoe die overwegingen zijn gewaardeerd en hoe Ahold uiteindelijk is gekomen op een beleid wat enigszins voortborduurt op de structuur zoals die er was met enige wijzigingen, toevoegingen en aanscherpingen zoals die zijn toegelicht.

Het tweede punt betreft de totstandkoming van het beleid. De heer Van den Bergh lichtte toe dat daarbij onder meer wordt gekeken naar een peer group. Bij een peer group maakt het nogal uit wie je in die peer group stopt. Dat is een blend. Waarom stop je de ene in de blend en de andere niet. En de kerncijfers van de ene peer ten opzichte van de andere maken natuurlijk nogal uit op een eventuele mediaan waarop je uitkomt. Dus wat zijn precies de drivers om voor een bepaalde peer te kiezen? In vervolg daarop vraagt hij, en dat is een punt dat hij tijdens de BAVA van de vorige maand ook al maakte, of Ahold veel meer gedetailleerde informatie kan geven over wat Ahold precies uit die verschillende peer groups verzamelt, om de aandeelhouders werkelijk een geïnformeerde keuze te laten maken wanneer het aankomt op zoiets belangrijks en gevoeligs als het remuneratiebeleid. Daarbij gaat het niet alleen om de factoren maar ook om de cijfers die daar uit komen want dat maakt nogal uit. Bijvoorbeeld een Kroger heeft een omzet van éénhonderdacht miljard United States dollar (USD 108.000.000.000,--). Tesco heeft zeventig miljard pond (GBP 70.000.000.000,--). Dat zijn substantieel hogere omzetcijfers dan bijvoorbeeld Ahold heeft. Daar zie je ook een veel hogere beloning voor bijvoorbeeld de CEO en de CFO. Maar bijvoorbeeld een Casino, wat ook een veel hogere omzet rapporteert, heeft een substantieel lagere beloning voor zijn CEO. Hij kan vergelijkbare voorbeelden ook uit de AEX halen, hoewel alles daar in ieder geval qua beloningen wel iets dichter tegen elkaar aan zit, maar het maakt

nogal uit welke cijfers je uit welke onderneming haalt. Dat daadwerkelijk toelichten, zodat voor de aandeelhouder na te gaan is welke gedachten omgaan in de Remuneratiecommissie, zou echt wat toevoegen aan de besluitvorming.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Ten Klooster geeft aan dat hij allereerst een compliment wil maken voor de resultaten, voor de mensen in het bedrijf en voor de mensen achter de tafel. Maar hij vindt de voorgestelde beloningen schandalig. Bestuurders hoeven niet te volstaan met het salaris van de minister-president. Dat is veel te weinig. Doe dat keer twee en dan is het voldoende vindt hij. Hij is gewoon tegen deze exorbitante salarissen. Het lijkt nergens op.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Van der Lely geeft aan dat het wel zal lukken met de stemming. Daar is hij bijna wel van overtuigd, maar er wordt eigenlijk altijd vergeten om de vraagstelling te poneren bij de leden van de Raad van Bestuur. Zijn vraag is of zij ermee tevreden zijn, want stel je voor dat ze dat niet zijn dat zitten de aandeelhouders toch ook met een probleem als medewerkers weg zouden lopen.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Koster neemt aan dat in België bij Delhaize hetzelfde voorstel in de vergadering ligt. Vorig jaar was hij bij Delhaize en bij Ahold werd het remuneratiebeleid goedgekeurd maar bij Delhaize zijn de aandeelhouders iets anders dan in Amsterdam. In Amsterdam in de wandelgangen is men er dan tegen maar er zijn een paar pensioen- of beleggingsfondsen die stemmen voor en dan wordt het met negentig procent (90%) aangenomen. Hij spreekt nogal in de wandelgangen en bij Delhaize waren er nogal wat nazaten van de verschillende Delhaizes. Daar werd het remuneratiebeleid afgestemd. De heer Muller keek al niet zo blij. Maar stel dat het hier goedgekeurd wordt en daar afgekeurd, dan heeft Ahold een probleem denkt hij. In België werd ook nogal gestemd over de subtop. Er is een hele grote subtop bij Delhaize en bij Ahold ook wel in Amerika. Daar gaat dit agendapunt niet over maar hij wil het toch even aanstippen. Hoe gaat men daar straks mee om? Daar is hier geen apart agendapunt voor en in België was dat dus wel.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Vreeken lijkt het goed, en dat lijstje ontbreekt hier, om te kijken wat de top tien in Europa gemiddeld verdient en ook de top vijftien wereldwijd. Hij denkt dat de CEO of de Raad van Bestuur van Ahold dan niet bovenmatig veel verdient. Het lijkt hem ook prettig om de honorering van het overige personeel mee te nemen, het lagere personeel, maar in het bijzonder ook de jonge middenklasse die steeds kleiner wordt. Die middenklasse jaagt juist heel erg de economie aan omdat ze heel veel spenderen. Dat vindt hij toch ook een belangrijk aandachtspunt. Dus een marktconforme beloning lijkt hem internationaal gezien op zijn plaats, maar ook wat meer aandacht voor de rest van het personeel.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

Mevrouw Valkhoff geeft aan dat vorig jaar op deze jaarvergadering ruim aandacht werd besteed aan het verschil tussen het maximumsalaris en de bonussen en de minimumsalarissen binnen Ahold. Daarna kwam dat ook heel veel in de media. Zij begrijpt dat Ahold zich dat enorm ter harte nam en dat er ook een evaluatie zou plaatsvinden. Dat werd ook al genoemd. Zij vraagt wat de aandeelhouders daar nu van terug zien. Hoe komt dat nu terug?

De voorzitter geeft het woord aan de heer Van den Bergh.

De heer Van den Bergh dankt de aandeelhouders voor alle vragen, grotendeels ook zeer begrijpelijke vragen. Hij zal proberen ze zo kort en helder mogelijk te beantwoorden. Over de evaluatie kan hij zeggen dat in de maand maart een paar dagen uitvoerig is gesproken met niet alleen aandeelhouders, maar ook met ISS en Eumedion. Er is ook met een aantal grote aandeelhouders uit de Angelsaksische omgeving gesproken. Er is met Nederlandse pensioenfondsen gesproken. Dus er is een zeer uitvoerige evaluatieronde gehouden zoals dat ook toegezegd is in de vorige jaarvergadering. Dat heeft geleid tot een aantal inzichten, maar niet tot een inzicht dat er enige onenigheid was over wat de Remuneratiecommissie heeft voorgesteld. Het enige punt waar eigenlijk lang over is gediscussieerd, was de Recognition Incentive Award en dit punt is van de agenda van de BAVA teruggetrokken. Bij de totstandkoming van de peer group heeft de Remuneratiecommissie zeer zorgvuldig gekeken naar een aantal aspecten. De peer group moet recht doen aan de positie van Ahold en Ahold is allereerst een Nederlands bedrijf. Dus de Remuneratiecommissie heeft de vergelijking gemaakt met een aantal bedrijven uit de AEX die qua grootte en omvang enigszins in de buurt liggen. De Remuneratiecommissie heeft een aantal bedrijven genomen uit de levensmiddelentak. Uiteindelijk heeft de vennootschap daar veel verwantschap mee en komen er ook veel mensen uit die tak bij het bedrijf werken dus daar moet de beloning competitief mee zijn. De Remuneratiecommissie heeft natuurlijk gekeken naar grote retailers zowel op het continent, als in Engeland als in Amerika en dat alles heeft geleid tot die benchmark groep. Die benchmark groep is op een drietal financiële kerncriteria gericht: omzet, marktkapitalisatie en de totale waarde van de bezittingen. Ahold staat wat betreft het vaste salaris net iets onder de mediaan. Dat is ook het beleid. Daar is de Remuneratiecommissie zeer voorzichtig, terughoudend, in omdat de Remuneratiecommissie zich realiseert dat salarissen en alles wat met bonussen te maken heeft een buitengewoon gevoelig onderwerp is. Wat betreft het pakket voor de lange termijn incentive, de uitkering in aandelen, zit Ahold heel licht boven de mediaan. Dat heeft de Remuneratiecommissie gedaan omdat de Remuneratiecommissie uiteindelijk vindt dat de belangen van de aandeelhouders en de belangen van het management op die manier goed verenigd zijn. Slechts op bewezen performance wordt er uitgekeerd en dat zijn een drietal criteria die scherp worden geformuleerd ieder jaar en die tot die uitkering over een drie-jaar basis leiden. Dus op beide punten is niet over een nacht ijs gegaan, is er zeer zorgvuldig gekeken wat kan en wat verdedigbaar is.

Er is nog een vraag gesteld over hoe het is met de mensen net onder de Raad van Bestuur, de tweede en derde laag. Hij kan de aandeelhouders verzekeren dat Ahold een zeer zorgvuldig salarisbeleid kent dat ieder jaar wordt vastgesteld, waar gekeken wordt naar de benchmark, naar hoe de positie in de markt is, waar aangepast moet worden en dat leidt tot een zeer verdedigbaar

salarispaleis. Tot zover het antwoord op de vragen. Hij begrijpt ook dat er op sommige punten sprake is van ontevredenheid. De Remuneratiecommissie probeert dit gevoelige onderwerp zo zorgvuldig mogelijk aan de aandeelhouders voor te stellen en hij meent dat dit op deze manier ook is gegaan.

De voorzitter geeft aan dat er nog een vraag was van de heer Koster over België. Het voorstel dat hier ligt is het voorstel dat gaat gelden voor Ahold Delhaize naar de toekomst toe. In België wordt daar niet over gestemd. Dit is het beloningsbeleid dat gaat gelden na de fusie, dus ook voor de mensen vanuit Delhaize die lid van de Raad van Bestuur van Ahold Delhaize zullen worden. Dus er is geen eigen stemming over dit beleid in België. Hij denkt dat daarmee de vragen beantwoord zijn. Hij vraagt of de heer Boer nog iets heeft toe te voegen.

De heer Boer geeft aan dat volgens hem nog een vraag ging over minimum en maximum. Die vraag kwam van de VBDO. Zoals de heer Van den Bergh ook al zei zorgt Ahold ervoor dat het een goed beloningsbeleid heeft voor al haar medewerkers, voor de mensen die beginnen in de winkels en de managers en dat is wat Ahold ook terugziet, want Ahold is een populaire werkgever in Nederland en daarbuiten. Dat betekent dat Ahold de discussie minimum/maximum eigenlijk niet zo belangrijk vindt. Het is veel belangrijker hoe Ahold uiteindelijk haar medewerkers beloont in het concurrerende veld. Ahold betaalt bijvoorbeeld beter dan het minimumloon in Nederland. Dat zijn allemaal dingen die Ahold als goede werkgever ook heel duidelijk vooropgesteld heeft.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Bongaerts.

De heer Bongaerts (VEB) geeft aan toch nog een paar vervolgvragen te hebben aan de heer Van den Bergh naar aanleiding van zijn antwoord. Allereerst, wat betreft de evaluatie vertelt de heer Van den Bergh over een evaluatie die in maart plaats heeft gehad. Hij wil niet gaan zeuren over een paar maanden verschil tussen maart tweeduizendzestien en het najaar van tweeduizendvijftien, maar in maart tweeduizendzestien speelde natuurlijk de agendering voor de BAVA in verband met de fusie Ahold Delhaize en toen werd snel ook al de agenda voor deze vergadering bekend. Hij vraagt of het dan wel daadwerkelijk gaat over die evaluatie zoals die is aangekondigd in tweeduizendvijftien of gaat het over de binnenkomende kritiek naar aanleiding van het voorgestelde beloningsbeleid voor het nieuwe Ahold Delhaize. Dat is zijn eerste vraag. Zijn tweede punt is dat hij vroeg om in het vervolg kwalitatief betere en preciezere informatie te geven over hoe Ahold het remuneratiebeleid inricht. Hij realiseert zich dat dit een paar gedrukte bladzijdes extra kost, maar het is informatie die publiek is en die voor een aandeelhouder moeilijk tot nauwelijks bij elkaar te verzamelen is. Hij is er zelf een klein beetje mee bezig geweest. Dat kost de nodige uren. De heer Van den Bergh heeft die hele informatie op zijn beeldscherm wanneer hij dit hele remuneratiebeleid inricht. Dus het is voor hem een betrekkelijk geringe moeite om die informatie te geven aan de aandeelhouders.

De heer Van den Bergh geeft aan dat hij wat betreft de evaluatie kort kan zijn. Die evaluatie had natuurlijk niet alleen te maken met het punt waarvan de heer Bongaerts melding maakt. Die evaluatie stamde inderdaad voort uit de toezegging die Ahold gedaan heeft een jaar daarvoor en die evaluatie doe je een paar maanden voordat de vergadering er is tot een paar weken

daarvoor. Er hebben dan ook al voor maart gesprekken plaatsgevonden met bijvoorbeeld Eumedion. Er is zeer zorgvuldig en lang geconverseerd over een aantal punten en hij denkt dat de Remuneratiecommissie dat niet heel veel anders had kunnen doen. Hij hoort wat de heer Bongaerts zegt over het meer geven van informatie. Hij moet nog eens rustig nadenken of de Remuneratiecommissie dat kan en wil doen, maar hij neemt duidelijk kennis van zijn punt.

De voorzitter geeft aan dat hij wil overgaan tot stemming met betrekking tot agendapunt 9, het voorstel tot wijziging van het bezoldigingsbeleid van de Raad van Bestuur. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 9 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat negentig tweeënnegentig/éénhonderdste procent (90,92%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

10 Voorstel tot benoeming van PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. als externe accountant voor het boekjaar 2016

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 10, het voorstel aan de Algemene Vergadering van Aandeelhouders om PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. te benoemen als externe accountant van de vennootschap voor het boekjaar tweeduizendzestien. De voorzitter constateert dat er geen vragen zijn en opent de stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 10 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat negenenennegentig zesentwintig/éénhonderdste procent (99,26%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

11 Aanwijzing tot uitgifte van aandelen

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 11. Het voorstel is om de Raad van Bestuur voor een periode van achttien (18) maanden, dus tot en met negentien oktober tweeduizendzeventien aan te wijzen als het orgaan dat bevoegd is om met goedkeuring van de Raad van Commissarissen te besluiten tot de uitgifte van gewone aandelen of tot toekenning van rechten tot het verwerven van gewone aandelen tot een maximum van tien procent (10%) van het geplaatste kapitaal. Het voorstel stelt het management in staat om aandelen en rechten op het nemen van aandelen uit te geven voor aandelengerelateerde beloningsplannen en om tijdig en op een flexibele manier te reageren met betrekking tot de financiering van de vennootschap. De voorzitter constateert dat er geen vragen zijn en opent de stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 11 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat zevenennegentig vier/tiende procent (97,4%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

12 Aanwijzing tot het beperken of uitsluiten van voorkeursrechten

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 12, het voorstel tot machtiging van de Raad van Bestuur, wederom met goedkeuring van de Raad van Commissarissen, tot het beperken of uitsluiten van voorkeursrechten bij de uitgifte van aandelen. Dit voorstel is gerelateerd aan het vorige voorstel en is bedoeld om een eventuele uitgifte te kunnen uitvoeren zonder de

formaliteiten rond het wettelijk voorkeursrecht in acht te moeten nemen. De voorzitter constateert dat er geen vragen zijn en opent de stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 12 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat vijftien negentig vierenzestig/éénhonderdste procent (95,64%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

13 Machtiging tot inkoop van eigen aandelen

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 13. Dit agendapunt omvat het voorstel om de Raad van Bestuur voor een periode van achttien (18) maanden, dus tot en met negentien oktober tweeduizendzeventien, wederom met goedkeuring van de Raad van Commissarissen, te machtigen om eigen aandelen te verwerven. De aandelen mogen worden verworven voor een prijs wat de gewone aandelen betreft tussen de nominale waarde van de aandelen en éénhonderdtien procent (110%) van de openingskoers van de aandelen op de Euronext te Amsterdam op de dag van verwerving. De voorwaarde hierbij is dat de vennootschap niet meer dan tien procent (10%) van het geplaatste kapitaal houdt. Deze machtiging biedt onder meer de mogelijkheid om kapitaal terug te geven aan aandeelhouders door het inkopen van gewone aandelen en om verplichtingen na te komen inzake aandelengerelateerde bonusplannen. De voorzitter constateert dat er geen vragen zijn en opent de stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 13 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat negenen negentig tweeënzeventig/éénhonderdste procent (99,72%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

14 Intrekking van gewone aandelen

De voorzitter gaat vervolgens over naar agendapunt 14. Het doel van dit voorstel is intrekking van de gewone aandelen die worden gehouden door de vennootschap en van gewone aandelen die zijn verworven conform het voorstel onder agendapunt 13. Dit zou resulteren in een vermindering van het geplaatste gewone kapitaal van aandelen van de vennootschap. De intrekking kan worden gedaan in een of meer tranches. Het aantal aandelen dat wordt in getrokken, al dan niet in een tranche, zal worden bepaald door de Raad van Bestuur met een maximum van dezelfde tien procent (10%) van het geplaatste aandelenkapitaal dat mag worden verworven conform agendapunt 13. Conform de relevante wettelijke bepalingen wordt intrekking niet eerder van kracht dan twee (2) maanden nadat een besluit tot intrekking van aandelen is genomen en publiekelijk bekend is gemaakt. Dit zal gelden voor iedere tranche. De voorzitter constateert dat er geen vragen zijn en opent de stemming. De voorzitter opent de stemming voor agendapunt 14 en vervolgens sluit hij de stemming. De uitslag laat zien dat negenen negentig achtennegentig/éénhonderdste procent (99,98%) voor dit agendapunt heeft gestemd. De voorzitter constateert dat het voorstel dus is aangenomen.

15 Sluiting

De voorzitter geeft aan dat hij, voordat hij toekomt aan de rondvraag, graag gebruik maakt van dit moment om de heer Dirk Doijer alvast hartelijk te danken. De heer Doijer is sinds tweeduizendvijf

lid van de Raad van Commissarissen en zal terugtreden wanneer de fusie tussen Ahold en Delhaize van kracht wordt. De heer Doijer is een zeer ervaren commissaris die met zijn uitgebreide ervaring in de internationale food retail markt veel voor Ahold heeft betekend. Ahold is hem zeer dankbaar voor zijn inzet en betrokkenheid bij Ahold in de afgelopen elf jaar. De voorzitter dankt de heer Doijer.

De voorzitter geeft aan aangekomen te zijn bij de rondvraag en vraagt wie hiervan gebruik wil maken.

De heer Spanjer vraagt op welke datum de reversed stock split gaat plaatsvinden.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Slingerland geeft aan particulier belegger te zijn. Hij vraagt of Ahold iets kan vertellen over het beleid bij bol.com. Hij heeft eerder een klein beetje gehoord dat ongeveer twintig procent (20%) van de omzet bij externe leveranciers wordt geplaatst, maar hem valt altijd op bij bol.com dat een reeks van producten wordt aangeboden door bol.com zelf en nog een heleboel anderen. Bovendien zijn de prijzen vaak heel verschillend. Meestal is bol.com zelf de duurste en wordt hetzelfde product met kleine verschillen in levertijden en dat soort dingen tegen lagere prijzen door de externe partners aangeboden. Hij vindt dat merkwaardig want daarmee geeft Ahold zijn concurrenten een podium.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Boer.

De heer Boer geeft aan dat Ahold de datum van de capital repayment en reversed stock split nog niet kan geven, want dat is pas als Ahold zeker weet wanneer de merger geclosed wordt. Dus er is nog geen datum die daar nu voor voorgesteld kan worden.

De heer Spanjer geeft aan dat met andere woorden Amerika nog moet nadenken en op het moment dat Amerika heeft nagedacht Ahold verder kan werken.

De heer Boer geeft aan dat wanneer Ahold de uitslag heeft van de FTC het kan doorgaan met het laatste stukje van de fusie en dat is het teruggeven van een miljard euro (EUR 1.000.000.000,-) aan haar aandeelhouders.

De heer Carr remarks that Ahold will give notice before the reverse stock split. There will be a notice once Ahold knows the date.

De voorzitter geeft het woord aan de heer Boer.

De heer Boer geeft aan dat de vraag van de heer Slingerland over bol.com een heel terechte vraag is. Ahold wil met bol.com eigenlijk een plaza zijn, dus een online winkelcentrum, waar je verschillende winkels tegenkomt, waar de eigen winkel van bol.com is maar ook de winkels van andere retailers die in Nederland gewoon hun producten kunnen aanbieden via de website van

bol.com. Het mooie daarvan is dat Ahold de mogelijkheid geeft aan kleinere retailers om unieke producten op bol.com te zetten, die zelf nooit de aandacht zullen krijgen om uiteindelijk met hun eigen website zichtbaar te worden, maar ook concurrerende producten. Eigenlijk is het heel eenvoudig. Ahold wil concurrentie online hebben. De retailers die natuurlijk de prijs van bol.com zien zullen misschien denken, misschien moet je twee dagen langer wachten op een product maar dan is het een euro (EUR 1,-) voordeliger. Daarmee creëert Ahold eigenlijk interne concurrentie, scherpte online en dat maakt het eigenlijk een heel mooi spel ook voor de klant om te kijken wat het handigste is: vandaag bestellen en morgen in huis of twee (2) dagen wachten en misschien een goedkopere prijs. Ook het aanbod daarmee is natuurlijk veel groter. Dat is een hele bewuste keuze van de bol.com mensen.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker voor een laatste vragenronde.

De heer Van Praag hoort iedere keer dat Ahold een miljard euro (EUR 1.000.000.000,-) zal teruggeven aan de aandeelhouders. Hij vraagt wat dit inhoudt voor de aandeelhouders en of het ook geldt voor de aandeelhouders van Delhaize.

De heer Boer geeft aan dat dit alleen is voor de eigen aandeelhouders van Ahold.

De voorzitter geeft het woord aan de volgende spreker.

De heer Van Geilswijk geeft aan dat Ahold de datum van de reversed stock split volgens hem wel kan geven. Dat moet voor vier mei zijn want de heer Boer gaf in zijn toespraak aan dat eerst de reversed stock split zal plaatsvinden en dat daarna het dividend betaald zal worden.

De voorzitter geeft aan dat de voorwaarde is dat Ahold eerst de goedkeuring voor de fusie moet hebben voordat Ahold over kan gaan tot de capital repayment.

De heer Van Geilswijk vraagt of die goedkeuring ook later dan vier mei kan komen.

De heer Boer geeft aan dat dit zeker kan.

De heer Van Geilswijk vraagt hoe Ahold dat dan gaat doen. Kijkt Ahold dan op de registratiedatum van het dividend hoeveel mensen er aandeelhouder waren?

De heer Boer geeft aan dat de heer Van Geilswijk de datum van het betalen van het dividend ziet. Dat is op vier mei. Maar dit gaat over de reversed stock split die alleen plaatsvindt op het moment dat de fusie goedgekeurd is. Ahold verwacht de fusie goedgekeurd te krijgen en te finaliseren midden van dit jaar. Dus dat zal dicht bij die datum zitten.

De heer Van Geilswijk vraagt hoe Ahold dan bepaalt hoeveel uitstaande aandelen er zijn voor die reversed stock split.

De heer Boer geeft aan dat hij die vraag aan de heer Carr laat, die deze vraag ook op de BAVA heeft uitgelegd.

De heer Carr remarks that the number of shares will be basically based on the proportion of the one billion euro (EUR 1,000,000,000) to the market capitalisation of the total company at the time. The exact ratio will only be known based on the share price at the time Ahold announces the split and that will be done just before the merger in the middle of this year. So he cannot guess at the ratio at the moment, but it will be published at the time Ahold will do the split.

De voorzitter geeft vervolgens het woord aan de volgende spreker.

De heer Van der Bijl geeft aan dat hij particuliere aandeelhouder is. Hij ziet wel eens programma's op de televisie waarbij met waardebonnen in Amerika iemand een wagen vol haalt van vierhonderd dollar (USD 400) of zo en dat die maar tien dollar (USD 10) afrekenet met waardebonnen. Hij vraagt of Ahold daar ook aan doet in Amerika en wanneer men dat in Nederland kan verwachten.

De heer Boer vraagt de heer McCann of hij dat gaat doen in Amerika.

De heer McCann replies that he is not sure that he knows exactly which tv advertisement Mr. Van der Bijl is talking about. He would say though that Ahold has just started integrating coupons.com into its own program and that is a huge program in the US that captures many of the coupon discounts that are very popular in the US. So Ahold is broadening the net of coupons that people can spend in stores. As to the Netherlands he does not think, and he is looking at Mr. Kolk, that there is a plan to do it here. Mr. Kolk is shaking his head, so he is guessing that it is not coming to the Netherlands anytime soon.

De voorzitter constateert dat er geen verdere vragen meer zijn. Hij bedankt iedereen hartelijk voor de komst en de bijdrage aan de vergadering. De voorzitter verzoekt om bij het verlaten van de zaal de stemkastjes en passen in te leveren. Buiten de zaal kan men nog een drankje drinken en krijgt een kleine attentie mee. Hij wenst iedereen een goede middag.

De voorzitter sluit vervolgens de vergadering.