

'Integratieproces na fusie succesvol afgerond'

FrieslandCampina gaat volgende fase in

FrieslandCampina begint de tweede fase van haar strategisch plan 'Route 2020' met drie overnames. Voorzitter Cees 't Hart laat weten dat er meer zullen volgen.

„Op 30 december 2008 zijn de bedrijven Friesland Foods en Campina gefuseerd“, zei 't Hart bij de presentatie van de jaarcijfers over 2011. „En nu zijn we duizend dagen verder. Na drie jaar kunnen we wel stellen dat die integratie succesvol is afgerond.“ Hij presenteerde dan ook vol trots de resultaten van zijn onderneming. In drie jaar tijd is de omzet gegroeid van 8,2 naar 9,6 miljard euro. En daarbij zijn de acquisities nog buiten beschouwing gelaten. Als die worden meegeteld, stijgt dat bedrag tot over de 10 miljard. Het bedrijf is nu aanwezig in

FrieslandCampina-voorzitter Cees 't Hart.



dertig landen (vijf meer dan in 2008) en de solvabiliteit is gestegen van 30 naar bijna 40 procent.

Overnames

Daarmee heeft FrieslandCampina een goed gevulde oorlogskas voor haar acquisitieplannen. Vorige maand sloot de coöperatie met de Zuidoost-Europese bedrijven Imlek en Mlekara een intentieverklaring om deze bedrijven over te nemen. Zo versterkt de zuivelonderneming haar positie in de Balkan. En een paar dagen voor de presentatie van de jaarcijfers kwam ze tot een akkoord over de overname van de Alaska Milk Cooperation in de Filipijnen. Voor 338 miljoen euro heeft FrieslandCampina daarmee het op een na grootste zuivelbedrijf van het land, met een omzet van ongeveer 200 miljoen euro, ingelijfd. Daarmee is meteen een gat gesloten. De Filipijnen waren het enige belangrijke land in Zuidoost-Azië waar de onderneming nog niet aanwezig was. 't Hart gaf aan dat het bedrijf van plan is nog meer overnames te doen. „We hebben nog een paar bedrijven op het oog die dichterbij huis liggen“, vertelde hij. Bij die volgende overnames richt FrieslandCampina zich vooral op melkvalorisatie: het geven van meerwaarde aan melk door er goed verkoopbare producten van te maken.

Spreading

Om dat te doen, is het bedrijf wereldwijd aanwezig. Van elke zes liter die het bedrijf van haar leden krijgt aangeleverd, gaan er vijf naar het buitenland. Bijna de helft van de omzet komt van buiten Europa. Dit maakt het bedrijf minder kwetsbaar voor slechte resultaten in een regio. Vorig jaar werd de zwakke markt in Europa zodoende meer dan gecompenseerd door de resultaten in Afrika en het Verre Oosten. Ook in de productlijnen voert het bedrijf een spreading door. Investerings van 130 miljoen euro in

baby- en kindervoeding hebben zich vertaald in hoge groei cijfers voor die producten. Friso heeft een omzetgroei van 44 procent gezien en de verkoop van ingrediënten voor kindervoeding steeg zelfs met 60 procent.

Investerings

Ook intern gaat FrieslandCampina verder op de ingeslagen weg. Het bouwt aan een nieuw innovatiecentrum op de campus van Wageningen Universiteit, waar alle research van het bedrijf zal plaatsvinden. Nu is dat nog op verschillende plaatsen in het land. 't Hart verwacht dat met de centralisatie van R&D een betere synergie kan worden behaald. Het bedrijf heeft ook een afdeling market intelligence opgezet. Hiermee kan het bedrijf ontwikkelingen op de melk- en zuivelmarkten nauwkeuriger inschatten. Daarnaast investeert het bedrijf fors in melkverwerkingscapaciteit, om klaar te zijn wanneer het melkquotum wordt afgeschaft.

Duurzaamheid

Een van de fundamenten onder de strategie van FrieslandCampina is duurzaamheid. „Zeker na 2015 gaan boeren meer produceren“, meent 't Hart. „Daar moeten we niet alleen qua capaciteit klaar voor zijn, maar onze sector moet ook geaccepteerd blijven door de maatschappij.“ Het bedrijf werkt dan ook samen met bijvoorbeeld Unilever en Essent om de zuivelketen te verduurzamen. En volgens 't Hart hoort weidegang daar ook bij. Koeien in de wei, dat is toch het gezicht van de keten in de maatschappij. Daarom reserveert FrieslandCampina elk jaar 45 miljoen euro om de extra kosten hiervan voor haar leden te compenseren. Duizend dagen na de fusie concludeert 't Hart dat FrieslandCampina op schema ligt voor de strategie 'Route2020', die bij de fusie was geformuleerd. Een volgend ijkmoment zal over nog eens duizend dagen zijn. In 2015 zal moeten blijken of het bedrijf klaar is voor het verdwijnen van het melkquotum. ■