



Recordwinst FrieslandCampina in 2012

# China als groeibriljant

De grens van 10 miljard euro omzet is gepasseerd. FrieslandCampina boekte in 2012 een recordwinst, met name dankzij de businessgroep Consumer Products International buiten Europa. Het babyvoedingsmerk Friso is booming, met name in China. Niet vreemd dat FrieslandCampina 100 procent aflatoxinevrije melk eist.

Stad voor stad veroverd FrieslandCampina naar eigen zeggen China. In 2012 stelde 's lands grootste zuivelcoöperatie in China meer dan 200 nieuwe personeelsleden aan om de enorme groeimogelijkheden die 's werelds grootste economie van de toekomst heeft te benutten.

## Groeibriljant

Hoeveel FrieslandCampina heeft verdiend in China in 2012 wil algemeen directeur Cees 't Hart niet zeggen, maar zijn uitstraling zegt

genoeg: dit land is voor FrieslandCampina een groeibriljant. Met name dankzij het babyvoedingsproduct Friso. In Hongkong presenteerde FrieslandCampina in 2012 een vernieuwde verpakking: geen schepje meer tussen het poeder in de pot, maar een schepje verpakt in het deksel op de pot. Een simpele innovatie maar o zo rendabel. De toch al niet geringe marge op Friso-babyvoeding kan nog verder omhoog.

Deze prijsverhoging was een van de redenen waarom het bedrijfsresultaat van de businessgroep Consumer Products

International met meer dan 500 miljoen euro steeg en de businessgroep kaas, boter en poeder passeerde in omzetvolume en nu de grootste omzetgenerator is van de onderneming (zie tabel). Om maar niet te spreken van de winst. Zonder de andere businessgroepen van FrieslandCampina zou de recordwinst van 2012 nog groter zijn uitgekapt.

## Europa vechtmarkt

De omvangrijke businessgroep kaas, boter



**Video**

Bekijk een video met de hoogtepunten van 2012 op [www.melkvee.nl](http://www.melkvee.nl) in het dossier Melkvee Magazine.

**Cijfers per business groep van FrieslandCampina in 2012 en 2011 (x 1.000 000 euro)**

	CPE	CPI	CBM	Ingrediënten	Overige	Totaal
2012						
Netto omzet derden	2.814	3.180	2.370	1.677	268	10.309
Percentage op totaal	27	31	23	16	3	
Bedrijfsresultaat	75	514	-39	224	-292	482
Percentage op totaal	16	107	-10	47	-61	

2011						
Netto omzet derden	2.892	2.460	2.474	1.512	288	9.626
Percentage op totaal	30	26	26	16	3	
Bedrijfsresultaat	72	359	8	201	-237	403
Percentage op totaal	18	89	2	50	-59	

CPE: Consumer Products Europe, CPI: Consumer Products International, CBM: Cheese Butter Milkpowder. FrieslandCampina betaalde in 2012 een gemiddelde melkprijs uit aan haar leden van 36,68 euro per 100 kilo (bij 4,41% vet en 3,47% eiwit), inclusief toeslagen en nabetaaling en exclusief BTW.

en poeder, waar veruit de meeste ledenmelk voor gebruikt wordt, draait een (licht) verlies. Meer dan ooit moet het rendement op zuivelproductie in Azië worden geboekt. Want ook het komend jaar zal de businessgroep kaas, boter en poeder moeite hebben om winst te draaien, gezien de financiële crisis in de vechtmak die Europa heet. De verkoop van merkproducten zal teruglopen en de consument zal nog meer gaan winkelen bij discounters als Aldi en Lidl, aldus 't Hart. De hoop is gevestigd op de omzet en de winst van de businessgroep Consumer Products International, buiten Europa. In Afrika, het Midden-Oosten en met name Azië zijn de perspectieven wel rooskleurig, aangezien de koopkracht van de consumenten daar over het algemeen snel toeneemt.

**Friso en Dutch Lady**

Bovendien mag FrieslandCampina zich dankzij de melanine-affaire in China verheugen in de belangstelling van Aziatische moeders die babyvoeding kopen. Door de vergiftiging van babyvoeding met sterfte tot gevolg in China zit de schrik er bij de consument goed in. Het gaat zelfs zo ver dat de schappen met babyvoeding in West-Europa

worden leeggeroofd. De supermarkten hebben maatregelen moeten nemen door verbodsbordjes te plaatsen met: 'Niet meer dan twee pakken per persoon'. Ook in China zelf gaat het er inmiddels zo aan toe. „We houden er rekening mee dat er grote voorraadschommelingen kunnen ontstaan. We hebben genoeg op voorraad“, aldus FrieslandCampina-persvoorlichter Jan Willem ter Avest. De winstpakker Friso is overigens in de Benelux geen winstpakker voor FrieslandCampina, legt hij uit. Frisdrankenmerk Hero heeft in de Benelux de verkooprechten gekocht, toen FrieslandFoods eind jaren negentig het merk Nutricia verkocht. Vergelijkbaar met het merk Friese Vlag, dat als gevolg van de fusievoorwaarden in de Benelux door Arla mag worden gebruikt. Buiten Europa is Dutch Lady in de meeste landen het leidende merk. Vorig jaar kocht FrieslandCampina op de vele tientallen miljoenen tellende Filipijnen de onderneming AlaskaMilk en werd daarmee de nummer 2 op de lokale zuivelmarkt. Van deze aankoop wordt veel verwacht. Overigens is het niet allemaal koek en ei buiten Europa: de marktaandeelen in zuivelranken lopen terug en er wordt gas

gegeven om deze marktaandeelen weer terug te winnen.

**Aflatoxine**

Gezien de relatie tussen de omzetsijging van babyvoeding in met name Azië is het niet vreemd dat de algemeen directeur in scherpe bewoordingen de veevoederindustrie van een verkeerde manier van denken beschuldigt over voedselveiligheid. Al legt FrieslandCampina zelf deze relatie niet, maar spreekt het bedrijf van algemeen belang waar dan ook en wanneer dan ook. De groei van de onderneming buiten Europa, juist dankzij de kwaliteit die FrieslandCampina dankzij zijn leden kan bieden, is uiterst afhankelijk van dit imago van geborgde voedselveiligheid. Aflatoxine in melk van FrieslandCampina kan de onderneming zich niet veroorloven, maar ze is niet in staat gebleken het uit te sluiten. Dan moet iedere korrel maïs die wordt geïmporteerd worden gecontroleerd, zo liet ForFamers-directeur Bert Jan Ruumpul medio maart bij de presentatie van de jaarcijfers weten. Beide ondernemingen gaan met elkaar in gesprek, in het verband van hun overkoepelende organisaties NZO en TrustFeed. ■

**Arla ook in China**

De omzet van het even internationaal opererende Scandinavische zuivelconcern Arla is in 2012 met 15 procent gestegen naar 8,5 miljard euro, terwijl het resultaat met 67 miljoen euro toenam tot 255 miljoen euro. Een minder hoge winst dan FrieslandCampina, maar de trend is vergelijkbaar. Ook Arla realiseerde een nabetaaling van meer dan 2 euro.

Als onderneming wil Arla de omzet in 2013 vergroten van ruim 8 naar 12 miljard euro. De groei van de omzet is voor een aanzienlijk deel een uitvloeisel van fusies en bedrijfs-overnames in het afgelopen jaar, met name in Duitsland (MUH). Daarnaast heeft de onderneming net als Friesland-

Campina vooral succes buiten Europa. De directie van Arla toont zich dan ook tevreden over het resultaat, gezien de moeilijke Europese vechtmak waarop Arla actief is, net als FrieslandCampina.

**Omzet vervijfvoudiging**

Arla ging in 2012 een joint venture aan met de Chinese zuivelonderneming Mengnui Dairy. Deze samenwerking verzekert Arla van toegang tot de groeiende markt voor zuivelproducten van hoge kwaliteit. Er wordt een vervijfvoudiging van de omzet verwacht in China. In tegenstelling tot FrieslandCampina onderscheidt Arla zich buiten Europa niet zo nadrukkelijk met babyvoeding

onder merknaam. Wel is de belangstelling voor zuivelproducten met een natuurlijk imago uit Scandinavië groot. Als onderneming wil Arla de omzet in 2013 vergroten van ruim 8 naar 12 miljard euro.

**Melkunie**

Arla is in Nederland actief sinds de overname van een grote zuivelfabriek in Nijkerk enkele jaren geleden, als uitvloeisel van de fusievoorwaarden tussen Friesland-Foods en Campina. Daarom wordt sinds kort weer gebruikgemaakt van de merknaam Melkunie. Arla kwam nieuw binnen in de top 100 van grootste A-merken in Nederland.