

POPULARITEIT GEZONDE VOEDING STELT WESSANEN VOOR NIEUWE KRACHTPROEF



De keuze van Wessanen voor gezonde voeding pakt vooralsnog goed uit. Maar nu biologische voeding gewoon aan het worden is, wordt de markt steeds interessanter voor supermarktconcerns en voedingsgiganten. Is Wessanen wel opgewassen tegen die concurrentie?

Belleggen in Wessanen was jarenlang pure zelfkastijding. Door een onduidelijke strategie en weinig doortastend handelen vernietigde het bedrijf in de periode 2004 tot en met 2014 op grote schaal aandeelhouderswaarde. De koers van het aandeel daalde over die periode van boven de 10 euro tot circa 2 euro.

Wessanen bezat distributiecentra in de Verenigde Staten, een bedrijf in diepvriespizza's en het verkocht alcoholvrije cocktaildrank in knijpzakjes. In Nederland en enkele andere Europese landen zette Wessanen in op eerlijke en gezonde en voeding, maar bracht onder merknaam Beckers ook vette bamischijven, frikandellen en kroketten aan de man.

De aanstelling van Christophe Barnouin als topman, nu ruim 3 jaar geleden, was een omslagpunt. Binnen enkele maanden nam de Fransman afscheid van de snackdivisie, en een jaar later werd cocktailbedrijf ABC van de hand gedaan.

BEWUSTE VOEDING

Sinds 2014 zet Wessanen vol in op "bewuste" voeding (in de volksmond staan dergelijke producten als biologisch te boek, maar Wessanen spreekt liever van "organisch"). De opbrengst uit verkochte activiteiten werd aangewend voor overnames.

Zo kocht Wessanen in de laatste drie jaar achtereenvolgens het Italiaanse organische drankbedrijf Abafoods, de Britse

Dit artikel is een bewerking van een analyse van de VEB-Barometer waarin het potentieel van Wessanen aan de hand van zeven beleggingscriteria wordt ingeschat. Voor dit artikel is ingezoomd op het criterium duurzame concurrentievoordelen.

Het volledige Barometerrapport vindt u op www.veb.net/bedrijven-barometer

waar u ook meer kunt lezen over het Barometercriterium corporate governance. De vijf andere criteria worden hieronder kort beschreven voor Wessanen.

theeonderneming Clipper en recent nog het Spaanse concern Biogran, dat biologische ontbijtgranen en rijstwafels maakt.

Na een dieptepunt in 2014 – 433,5 miljoen euro omzet – klimmen de verkopen weer: 21 procent in 2015 en 9 procent in 2016 (omzet: 570 miljoen euro). Dat is nog steeds een fractie van de omzet die rond de eeuwwisseling nog werd geboekt: een kleine 4 miljard euro. Daar staat tegenover dat het kleinere Wessanen een stuk winstgevend en rendabeler is.

Veel consumenten betalen graag wat meer voor biologische producten, waardoor de marges voor Wessanen hoger liggen dan voor de meer reguliere supermarktproducten. Het is een belangrijke reden dat Wessanen over 2016 een operationele marge van ruim 7 procent wist te behalen. Eind volgend jaar moet de marge een procentpunt hoger liggen, zo is de verwachting van Barnouin.