

# Ahold Delhaize is niet bang voor Amazon

**De fusie tussen Ahold en Delhaize is nog maar twee jaar geleden, maar in de ogen van Frans Muller staat het nieuwe supermarktbedrijf als een huis.** De oud-topman van Delhaize gaf twee jaar leiding aan het integratieproces van de twee supermarktbedrijven. Sinds juli bekleedt hij weer de hoogste post. Na een half jaar als bestuursvoorzitter was het afgelopen maand tijd om vooruit te kijken.

**M**uller presenteerde in verschillende optredens de strategie van Ahold Delhaize voor de komende jaren. In New York hield het bedrijf een bijeenkomst voor analisten. Voor Nederlandse beleggers was er een webinar via internet georganiseerd door Euronext. Hier was de VEB als partner bij betrokken.

Muller zette in zijn optreden een visie neer voor verdere groei van het bedrijf. Daarbij zijn de online-activiteiten heel belangrijk. De topman maakte ook duidelijk dat hij gelooft in eigen kracht en niet bang is voor Amazon of goedkope concurrenten als Aldi en Lidl. Een bloemlezing uit de uitspraken in het webinar.

#### De fusie met Delhaize is een succes

Ahold en Delhaize beloofden bij de fusie dat deze in 2019 een half miljard euro aan kostenbesparingen per jaar zou opleveren. Het bedrijf zal daarvan dit jaar al 420 miljoen euro halen. Mede hierdoor is de vrije kasstroom gestegen tot meer dan 2 miljard euro per jaar. Muller kijkt dan ook met tevredenheid terug op de fusie.

“Ik denk dat we zeer trots

mogen zijn, met onze mensen, op het realiseren van de kostenvoordelen. Tijdens de fusie is een groot deel van de besparingen gekomen uit inkoopvoordelen. Verder hebben we alle kostenposten onder de loep genomen. Met het bij elkaar brengen van twee hoofdkantoren in de Benelux en in Amerika hebben we ook kosten bespaard. Tijdens de integratie, wat een heel complex proces is geweest, zijn we ook in staat geweest om solide resultaten af te leveren met twee jaar van zeer gezonde groei van gemiddeld 2 procent, een sterk onderliggend bedrijfsresultaat en een heel sterke vrije kasstroom.”

#### Kostenbesparingen blijven nodig om te investeren in marktpositie

Aan de voordelen van de fusie tussen Delhaize en Ahold komt ook geen eind. Muller verwacht 1,8 miljard euro aan nieuwe kostenbesparingen de komende drie jaar. De opbrengst is bestemd voor de versterking van de marktpositie, zo maakt hij duidelijk.

“We hebben een heel duidelijke prijsstrategie. Ik heb met Delhaize vijf jaar geleden meegemaakt dat we met Food Lion niet goed waren geprijsd. Dat gaat niet lang goed.

Nu hebben we onszelf beloofd dat we echt binnen een bepaalde bandbreedte willen blijven. Soms moet je daarvoor investeren en soms ben je al goed gepositioneerd. Ik neem liever het zekere voor het onzekere en daarom hebben we afgesproken om 600 miljoen euro per jaar aan kostenbesparingen te realiseren voor onze klanten.”

#### Opmars Lidl en Aldi in VS is geen grote bedreiging

Een zorgpunt van veel analisten en beleggers is het offensief dat de Duitse goedkope concurrenten Lidl en Aldi in de VS hebben ingezet. Volgens Muller heeft dat echter weinig impact op Ahold Delhaize. Hij wijst daarbij op de sterke marktposities aan de Amerikaanse oostkust.

“Wij zijn een lokale speler in de VS. In het noorden meten we ons met name met regionale spelers en zijn zeer goed geprijsd. In het zuiden zitten we wel meer in de hoek met Walmart, Aldi en Lidl. In de top 2500 producten staan we op gelijke voet met Walmart, we zijn in prijs maximaal 10 procent van Walmart verwijderd. We hebben een heel goede positionering en groeien fantastisch met Food Lion in North- en South-Carolina. De klant stemt niet met zijn voeten, maar aan de kassa – en daarover zijn we erg tevreden.”

#### De markt in grote delen van de VS is heel gefragmenteerd en dat biedt kansen voor overnames

In de Amerikaanse markten waar Ahold Delhaize zit, is het de nummer één of de nummer twee.

**‘WE GROEIEN  
FANTASTISCH  
MET FOOD  
LION IN  
NORTH-  
EN SOUTH-  
CAROLINA’**