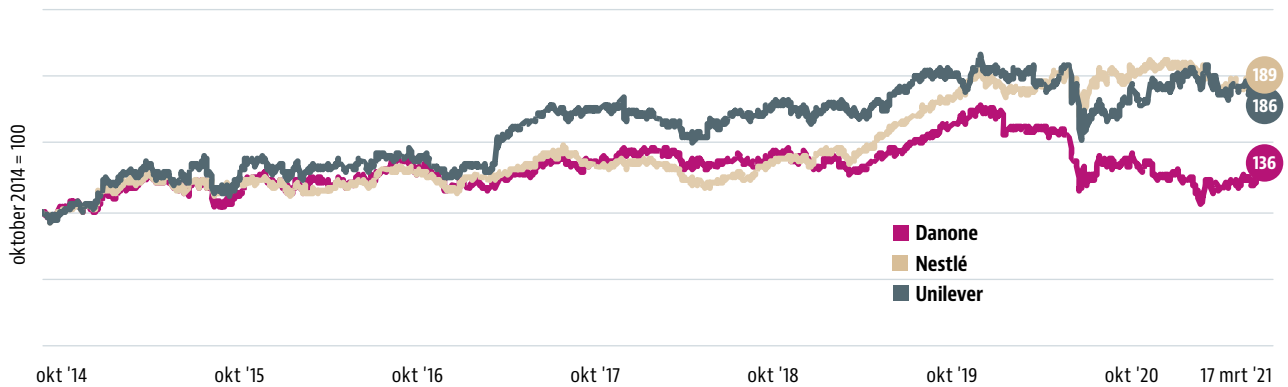


AANDEELHOUDERSRENDEMENT DANONE BLEEF ACHTER SINDE AANTREDEN FABER

Bron: Bloomberg (koers in euro)



Coca-Cola, Perrier (van Nestlé) en Sourcy, waar biergigant Heineken achter staat. Tegelijkertijd biedt mineraalwater kansen in opkomende markten, waar kraanwater lang niet altijd drinkbaar is. Die landen zijn goed voor 70 procent van de divisieomzet.

TEKORTSCHieten

Helaas vertaalde de sterke merkenportefeuille zich de afgelopen jaren niet in superieure groei en door Faber beloofde winstmarges. Danone bleek niet in staat de in 2017 beloofde omzetgroei en winstmarge te halen. Ook in de jaren voor corona bleef de omzetgroei onder de beloofde 4 tot 5 procent. De winstgevend-

HET VERGT EEN DELICATE BALANCEERACT OM TE ZORGEN DAT GROEI NIET TEN KOSTE VAN MARGE GAAT

heid bleef achter bij de beloofde 16 procent en ook bij die van concurrenten Nestlé en Unilever.

Eind vorig jaar presenteerde Danone nieuwe doelstellingen. Deze doelen zijn minder ambitieus, maar nog altijd ruimschoots beter dan de huidige prestaties.

Het aangekondigde besparingsprogramma van een miljard euro moet leiden tot herstel van de autonome omzetgroei (door hogere marketinguitgaven) en hogere operationele winstmarges (door kostenbesparingen) in 2023. Danone voorziet daarbij een veel hoger groeitempo (3 tot 5 procent) en mikt voor de middellange termijn op een terugkerende operationele marge

van 15 tot 20 procent.

In 2022 wil het zuivelconcern de onderkant van deze margebandbreedte al halen. Volgens Danone is het pijnpunt bij de operationele winstmarge de omvangrijke overhead, waaronder overtollig kantoorpersoneel op het hoofdkantoor in Parijs. Deze vaste lasten zijn een stuk hoger dan bij sectorgenoten Nestlé en Unilever (zie tabel met verschil in zogeheten SG&A excl. A&P).

GEBREK AAN VERTROUWEN

Investeerdere bleken niet overtuigd door de nieuwe plannen om tegelijk groei en marge te verhogen. Het vergt een delicate

MARGE PER DIVISIE BIJ DANONE SINDE AANTREDEN FABER

Bron: Jaarverslag Danone

