

DE VOEDING WORDT DUUR

*maar dat is
terecht*



Aandelen in de voedingssector zijn over het algemeen stabiele en goede dividendbetalers die gestaag groeien. Het zijn aandelen met een 'defensief karakter', die op de lange duur vaak voor een prima rendement zorgen, vooral omdat zij in neergaande markten relatief goed blijven liggen. **Een vergelijking van acht van de grootste voedingsmiddelenproducenten ter wereld.**

De grote beursgenoteerde voedselmakers hebben allemaal hun eigen specialisatie, maar ze komen elkaar op de vele verschillende deelmarkten in deze sector ook vaak tegen. Bovendien concurreren zij elkaar in de supermarkt om schapruimte, want de consument heeft maar één maag en maakt dus ook steeds de afweging tussen de verschillende voedselcategorieën.

Dat laatste is bijvoorbeeld de

laatste jaren goed zichtbaar bij de dranken. Frisdranken worden steeds vaker ingeruild voor gezondere vloeistoffen, zoals mineraalwater of vruchtensap. Dat merken de traditionele colareuzen.

COCA-COLA EN PEPSICO

Toen de terrassen weer open mochten, veerden de aandelen van bierbrouwers en frisdrankmakers op, want marges in de horeca liggen op een hoger niveau dan in de supermarkt. De twee

grootste frisdrankmakers van de wereld zijn Coca-Cola en PepsiCo, bekend van de grote colamerken.

Op zichzelf is de frisdrankmarkt niet meer zo aantrekkelijk als die ooit was. Consumenten in alle leeftijdscategorieën letten meer op hun gezondheid en vermijden suiker en smaak- en kleurstoffen.

Nu zijn zowel Coca-Cola als PepsiCo meer dan frisdrank. PepsiCo verkoopt ook allerlei dranken zonder koolzuur en daarnaast ook zoutjes, snoep en graansnacks. Bekende merken naast Pepsi zijn onder meer Tropicana, Gatorade, Quaker Oats, Frito-Lay, Lay's en Smith's.

Coca-Cola is ook meer dan de frisdrank die nog altijd tot de sterkste merken op aarde behoort,

**CONSUMENTEN
LETTEN MEER
OP HUN
GEZONDHEID
EN VERMIJDEN
SUIKER**