

Hendrik Oude Nijhuis noemt het de laatste jaren wat achtergebleven aandeel PepsiCo een aantrekkelijke en solide belegging. **Dat is opvallend genoeg niet vanwege het bekende colamerk, maar vooral door de andere zaken die PepsiCo aan de man brengt.**



‘PepsiCo IS EEN SOLIDE BELEGGING’

Het Amerikaanse PepsiCo is vooral bekend van de Pepsi-Cola, maar het zijn snacks die goed zijn voor ruim de helft (55 procent) van de omzet en zo'n 65 procent van de winst. En dan groeien de snackverkopen ook nog eens veel sterker dan die van frisdrank.

Afgelopen jaar profiteerde PepsiCo van de pandemie, omdat consumenten vanwege het thuiswerken en gesloten onderwijsinstellingen thuis meer frisdrank zijn gaan drinken en meer zijn gaan snacken. Concurrent Coca-Cola zag de omzet afgelopen jaar juist dalen, doordat Coca-Cola het meer moet hebben van verkopen buitenshuis in bioscopen, stadions, restaurants en pretparken.

DISTRIBUTIEVOORDELEN

Bij PepsiCo's meest recente kwartaalbericht werden beleggers positief verrast: de omzetgroei versnelt, het marktaandeel neemt toe en vanwege een kostenbesparingsprogramma is de verwachting dat de marges de komende jaren zullen oplopen. Afgelopen kwartaal kwam de organische omzetgroei uit op 9 procent, het hoogste niveau in jaren. De groei werd verklaard door prijsverhogingen, volumegroei en verschuivingen in de productmix. Naar verwachting blijft de omzetgroei bij PepsiCo de komende jaren rond de 5 procent per jaar uitkomen, aanvankelijk gestuwd door het heropenen van de samenleving en vervolgens door groei buiten de Verenigde Staten.



OVER DE AUTEUR

Hendrik Oude Nijhuis is een expert op het gebied van waarde-beleggen en auteur van de bestseller: 'Leer beleggen als Warren Buffett - zijn beleggingsstrategie in theorie & praktijk' (www.beterinbeleggen.nl)

De auteur bezit geen aandelen PepsiCo.

De marktpositie van PepsiCo is behoorlijk goed. Het bedrijf heeft een heel scala aan sterke merken waarvan er 23 meer dan een miljard dollar omzet per jaar genereren, waaronder Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola en Quaker.

Vanwege de grote volumes heeft PepsiCo flinke schaalvoordelen bij de productie. Waar het wereldwijde marktaandeel van PepsiCo in frisdranken nauwelijks de helft is van dat van Coca-Cola, is het marktaandeel van PepsiCo wel circa vijf keer zo groot als dat van de nummer drie op de markt, Keurig Dr Pepper. De grote marktaandelen op zowel de markt van frisdranken als die van snacks maken dat PepsiCo voordelen ten opzichte van de