

Het lijkt erop dat consumenten voor de beauty-merken van Unilever toch flink minder willen betalen dan voor die van het Franse L'Oréal. Nederlands-Britse producten zijn nu eenmaal wat minder premium dan Franse.

Unilever leek dat bij de beleggersdag in december ook te onderkennen. Slechts 8 procent van de divisieomzet (of 1 miljard euro) komt volgens het bedrijf uit het hoogste schoonheidssegment (in jargon *prestige beauty*). Hier zal ook een rol spelen dat de overgenomen bedrijven relatief klein zijn en wellicht niet onderscheidend genoeg. Vanwege de gebrekkige openheid zijn beleggers overgeleverd aan dergelijk giswerk.

VAN RONIC NAAR BEURSKOERS

Het rendement op een aandeel Unilever bedroeg ultimo 2022 nog geen 7 procent per jaar sinds 2016. Dit is aanzienlijk lager dan het rendement van Procter & Gamble (13 procent per jaar) en Nestlé (11 procent). Dat Unilever achterblijft, valt grotendeels te verklaren door de lage RONIC. Recente investeringen leveren te



DE RENTABILITEIT VAN UNILEVER STAAT ONDER DRUK

weinig op, en dat vertaalt zich in lagere rendementen op de beurs.

Het gebrek aan potentieel tot waardecreatie komt ook tot uiting in de lage waardering van het aandeel. De ondernemingswaarde/ebitda-ratio daalde van 14 in 2016 naar 13 vandaag.

Hiermee wordt Unilever ook significant lager gewaardeerd dan zijn Zwitserse (17) en Amerikaanse peers (18). Aan de nieuwe topman de taak om met betere prestaties – resulterend in een hogere RONIC – het aandeel weer op koers te krijgen.

VIJF VRAGEN VOOR DE NIEUWE CEO

Eind januari kondigde Unilever aan Hein Schumacher te willen benoemen als nieuwe ceo. Hij is nu nog topman van zuivelcoöperatie FrieslandCampina, maar al sinds vorig jaar niet-uitvoerend bestuurder van Unilever. Het is de bedoeling dat Schumacher op 1 juli Alan Jope opvolgt.

Hein Schumacher is waarschijnlijk niet de 'grote naam' waar beleggers in Unilever op zoek naar waren. Zo mist Schumacher ervaring in beauty en persoonlijke verzorging; voeding is goed voor nog maar een derde van Unilevers omzet.

Beleggers zullen zich afvragen of Schumacher wel de juiste man is om beauty nieuw leven in te blazen. De VEB stelt Schumacher vijf vragen over zijn plannen met Unilever voor de komende

jaren. Hoe denkt hij Unilever weer te kunnen laten renderen?

1 Een jaar geleden was Unilever bereid 50 miljard pond te bieden op Glaxo's consumentendivisie (nu Haleon). Hoe kijkt de nieuwe ceo naar grote overnames en het substantieel uitbreiden van aanwezigheid op het gebied van gezondheid, schoonheid en hygiëne?

2 Onderschrijft Hein Schumacher het huidige plan van Unilever om de omzet in zowel Prestige Beauty en Functional Nutrition te verdrievoudigen?

3 Is Unilever bereid meer inzicht te geven in de operationele en financiële

prestaties van de grotere (voornamelijk) beauty-overnames in de afgelopen jaren? Zo nee, waarom wil Unilever niet meer openheid geven?

4 Waarom blijven de marges en rendementen op nieuw kapitaal (RONIC) van de activiteiten gezondheid, schoonheid en hygiëne (voorheen Beauty & Personal Care) achter? Is Unilever van mening dat het beschikt over voldoende prijszettingmacht en schaalgrootte?

5 Een aantal jaar geleden lag de ROIC boven de 19 procent, in 2022 is dit gedaald naar 16 procent. Denkt Unilever de ROIC weer te kunnen verbeteren tot een hoog dubbelcijferig percentage (richting 20)?

