



WINST VOOR PROSUS

Voor het eerst sinds de verhuizing naar Euronext Amsterdam, in 2019, kan Prosus zwarte cijfers presenteren voor de kernactiviteiten. Wat betekent dit voor beleggers, die al jaren aankijken tegen een structurele onderwaardering in het aandeel?

De Zuid-Afrikaanse investeringsmaatschappij Prosus rapporteerde in juni bij de jaarcijfers – het bedrijf heeft een gebroken boekjaar dat loopt tot 31 maart – voor het eerst een positief resultaat (38 miljoen dollar) voor de kernactiviteiten. Dat zijn de investeringen in bedrijven die internetdiensten verlenen aan consumenten, zoals marktplaatsten en maaltijdbezorgers. Prosus duidt die groep bedrijven aan als de e-commerceportefeuille. Winst op die portefeuille moet volgens de investeerder helpen om de omvangrijke – en bijzonder hardnekkige – korting in het aandeel Prosus weg te werken. Alleen al de sterparticipatie in

het Chinese beursgenoteerde internetbedrijf Tencent is meer waard dan heel Prosus.

BEREIKEN WINSTGEVENDHEID

Om de korting terug te dringen, heeft de investeringsmaatschappij al enige tijd een onbeperkt en doorlopend inkoopprogramma van eigen aandelen. Maar Prosus moet z'n aandeelhouders toch vooral zien te overtuigen met datgene waar het voor beleggers echt om draait: is het bestuur in staat het toevertrouwde geld lucratief te investeren?

Het antwoord op die vraag is afhankelijk van de winstgevendheid van de bedrijven in de e-commerceportefeuille. De af-

gelopen jaren leed Prosus verlies met deze activiteiten. Maar vanaf 2022 ging het roer om. Toenmalig topman Bob van Dijk wilde meer gaan sturen op winstgevendheid. Van Dijk voorspelde destijds dat de kernactiviteiten in 2025 winstgevend zouden zijn, maar dat gebeurt nu dus al een jaar eerder.

Het resultaat van de e-commerceportefeuille kwam over 2024 namelijk uit op een bescheiden plus van 38 miljoen dollar. Volgens interim-topman Ervin Tu, die na het abrupte vertrek van topman Van Dijk in september 2023 tijdelijk de taken overnam, is daarmee een belangrijke mijlpaal bereikt voor Prosus. "We stoppen hier niet en we verwachten dat de verbetering van de winstgevendheid zal worden voortgezet", stelde Tu tijdens de bijeenkomst voor analisten.

QUOTE



“Ons bedrijf is mondiaal, technologie is mondiaal. We hebben tijdens de coronapandemie gezien dat je je bedrijf overal kunt runnen. Waarom is Nederland, dat ooit zeer bedrijfsvriendelijk was, zo veranderd?”

Ook **Glenn Fogel**, ceo van Booking.com, beklagt zich over het Nederlandse vestigingsklimaat. Met name de – Europese – *Digital Markets Act* zit hem dwars. Booking.com wordt door de EU gezien als 'poortwachter' en moet dus net als bijvoorbeeld Google en Microsoft aan strengere regels voldoen.

Bron: De Telegraaf, 21 juni 2024

GETAL

10%

De Nederlandse cosmetica-retailer Rituals (1300 vestigingen) gaat jaarlijks 10 procent van de nettowinst doneren aan goede doelen. Het bedrijf verwacht dat het in de komende tien jaar 300 tot 400 miljoen euro zal gaan weggeven. Rituals liet zich inspireren door bedrijven als Patagonia, Salesforce en Cisco, die hebben beloofd om 1 procent van de omzet te doneren aan het goede doel: *Pledge 1%*. Net als sapjesmaker Innocent koos Rituals echter voor een variant, *Pledge 10%*, waarbij 10 procent van de winst wordt afgedragen.