Alanheri NV  
Moleneind 2 4268 GD meeuwen  
p.o. box 107 4260 AC wijk en aalburg   
telefoon +31 (416) 358300

fax +31 (416) 351915  
e-mail alanheri@alanheri.nl

Alanheri N.V.



Alanheri Trading Update/Interim Management Statement 1e kwartaal 2011.

1. **Gang van zaken**

Ondanks verhoogde commerciële inspanning, die een langere incubatieijd vergt dan verwacht, is de omzet van Alanheri in de eerst vier maanden van 2011 ruim 20% lager uitgekomen dan de vergelijkbare periode in 2010. Wel is er op maandbasis sprake van een mitigering van de achteruitgang ten opzichte van vorige jaar.

De gestegen grondstofprijzen, die gegeven de uitdagende marktomstandigheden slechts vertraagd en/of gedeeltelijk konden worden doorberekend, resulteerden in een licht lagere brutomarge. Het daaruit voortvloeiende resultaat cirkelt, dankzij de effecten van de vorig jaar doorgevoerde saneringen en de permanent strikte kostenbeheersing, rondom het break-evenpunt.

**2. Beleidsplannen**

Na het reorganisatietraject, dat weliswaar nog steeds niet is voltooid maar qua intensiteit wel afneemt en zorg droeg voor de noodzakelijke kostenbesparingen, werd vorig jaar ingezet op een versterking van de commerciële organisatie en de ontwikkeling van een strategisch plan.

Inmiddels zijn de markten (doelgroepen) benoemd en worden zij actief bewerkt.

Voor de kwekersmarkt in Nederland hebben wij een webshop ontwikkeld, die hen in staat stelt op gemakkelijk wijze het gespecialiseerde assortiment van de Witte Molen te bestellen.

Voor de afzonderlijke ketens dierenspeciaalzaken en tuincentra in Nederland hebben wij een maatwerk-propositie ontwikkeld en gepresenteerd, die voorziet in voorstellen om relevante delen van ons assortiment – die aansluiten bij de uitstraling van het desbetreffende prospect – op te nemen.

Voor de belevering van individuele dierenspeciaalzaken in Nederland hebben wij de samenwerking met van Ree geïntensiveerd. Onderzocht wordt nog of het gewenst dan wel noodzakelijk is een tweede distributeur in Nederland aan te stellen.

Dit jaar presenteren wij ons ook bij de diverse supermarktketens in Nederland om de mogelijkheden te bekijken daar als producent van hun huismerken te gaan fungeren. Op de grootste private label beurs (PLMA), die volgende week in Amsterdam wordt gehouden, verwachten wij opnieuw betekenisvolle contacten te leggen, die op termijn moeten bijdragen aan de voor een zelfstandig voortbestaan noodzakelijke omzetgroei.

Voor de exportmarkten ontwikkelden wij een benadering die op dezelfde leest geschoeid is als die in Nederland met de navolgende modificatie. Vanwege het complexe logistieke traject wordt er doorgaans voor gekozen te werken met een of meerdere distributeurs (in plaats van directe levering) en is het aantal landen waarin we actief zijn bewust beperkt.

Op productniveau zal het herwinnen van de marktpositie voor ons merk alleen bereikt kunnen worden indien we erin slagen een zorgvuldig geformuleerde differentiatiestrategie succesvol te implementeren. Basis hiervoor is de ontwikkeling van een stroom daadwerkelijk vernieuwende producten waarmee overigens vorig jaar al een start is gemaakt (snacklijn, 4-seizoenen buitenvoer en voer voor konijnen met spijsverteringsproblemen). Voor dit jaar staan wat dat betreft ook enige aansprekende initiatieven op de rol. Daarnaast wordt de wetswijziging terzake verpakkingen aangegrepen om de styling van onze producten aan te passen en beter op elkaar af te stemmen.

Aan de productiekant is een aantal initiatieven genomen dat via gestructureerde planning tot een verbeterde efficiency leidt en lopen onderzoeken om dit proces via specifieke investeringen verder uit te bouwen

**3. Vooruitzichten**

Met het aantrekken van een nieuwe commercieel manager neemt het energieniveau in de organisatie toe. Er is inmiddels een groot aantal projecten opgepakt, dat echter op zijn vroegst in de tweede helft van 2011 mogelijk vruchten gaat afwerpen. Momenteel lopen de meeste offerte-trajecten, die een uitvloeisel zijn van de hiervoor geformuleerde beleidsplannen, in de eindfase en kan over de uitkomst dus pas in een later stadium iets met zekerheid worden gezegd.

Vooralsnog gaan wij voor dit lopende jaar dus op basis van een veronderstelde voortzetting van de trend uit van een omzet in de range van € 11- € 12 miljoen. Het daarmee corresponderende resultaat fluctueert rondom het break-evenniveau wat impliceert dat een winstgevend 2011 niet vanzelfsprekend is.

In een branche die zich kenmerkt door overcapaciteit (zowel op productie, distributie- als retailniveau) is het verheugend te constateren dat de eerste initiatieven voor een structurele oplossing hiervan inmiddels zijn genomen. Hoewel het jammer is dat Alanheri in deze openingszetten geen leidende rol heeft kunnen spelen, verwacht zij wel op termijn te kunnen profiteren van de natuurlijke tegenreactie die doorgaans ontstaat indien marktpartijen een te dominante positie in dreigen te gaan nemen.

Einde bericht

Noot voor de redactie:

Voor nadere informatie:

Frans Faas

CEO Aalanheri N.V.

0416 358392

06 23122456