FrieslandCampina

Halfjaarbericht 2011

Koninklijke FrieslandCampina N.V.

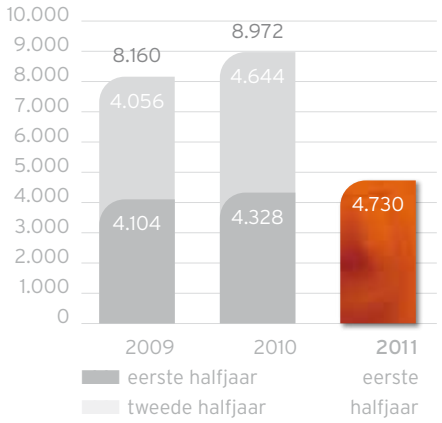


Hoofdpunten eerste halfjaar 2011

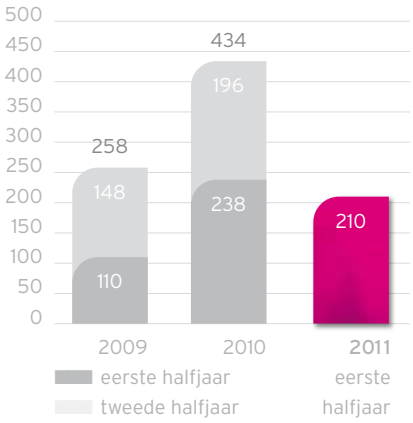
Omzet stijgt, winst lager, melkprijs hoger

- Netto-omzet stijgt met 9,3 procent, gecorrigeerd voor valuta-effecten 10,3 procent, naar 4.730 miljoen euro door hogere verkoopprijzen en volumegroei
- Business groups Consumer Products International en Ingredients ontwikkelen zich positief en dragen sterk bij aan het resultaat; Cheese, Butter & Milkpowder verbetert resultaat; resultaat Consumer Products Europe lager door margedruk
- Marktaandelen over vrijwel gehele linie toegenomen of stabiel
- Realisatie strategie *route2020* op schema met investeringen in productie baby- & kindervoeding en marketing & innovatie
- Bedrijfsresultaat daalt met 11,8 procent tot 210 miljoen euro door margedruk in Europa, investeringen in de organisatie en negatieve valuta-effecten
- Winst daalt met 18,6 procent naar 127 miljoen euro; gecorrigeerd voor de aanpassing van de garantieprijsberekening en winstverdeling daalt winst met 7,1 procent
- Kasstroom uit operationele activiteiten neemt af naar 63 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 85 miljoen euro)
- Pro forma melkprijs neemt toe met 19,3 procent naar 38,63 euro per 100 kilo melk; hiervan is 0,50 euro per 100 kilo het positieve effect van de aanpassing van de garantieprijsberekening en winstverdeling

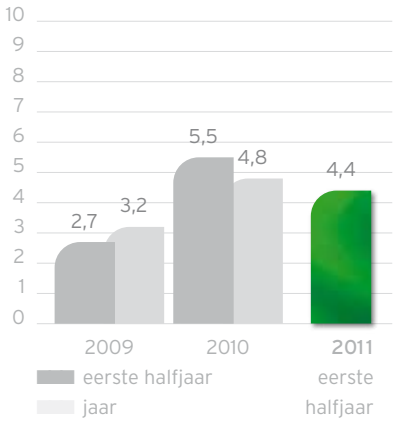
Netto-omzet
in miljoenen euro's



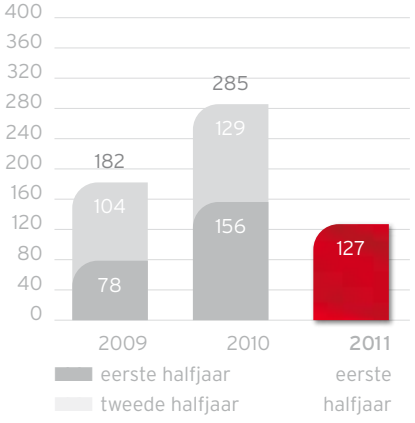
Bedrijfsresultaat
in miljoenen euro's



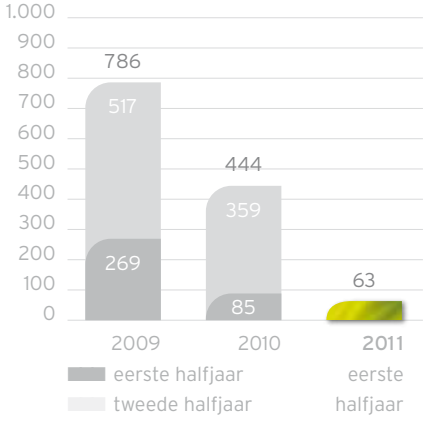
Bedrijfsresultaat in % netto-omzet
in procenten



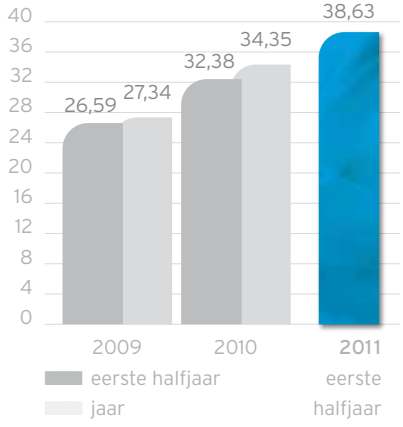
Winst
in miljoenen euro's



Operationele kasstroom
in miljoenen euro's



Pro forma melkprijs
in euro's per 100 kilogram, excl. btw



Kerncijfers

4.730 miljoen
Omzet stijgt met 9,3%

39,1 procent
Solvabiliteit stabiel

131 miljoen
Investeringen in *route2020*

38,63 euro
Pro forma melkprijs stijgt met 19%

4,5 miljard
Melkaanvoer stabiliseert door droge voorjaar

	2011 eerste halfjaar	2010 eerste halfjaar	2010 jaar
Resultaten in miljoenen euro's			
Netto-omzet	4.730	4.328	8.972
Bedrijfsresultaat	210	238	434
Winst	127	156	285
Balans in miljoenen euro's			
Balanstotaal	5.544	5.206	5.299
Groepsvermogen	2.166	1.937	2.071
Eigen vermogen toe te rekenen aan aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	2.057	1.828	1.961
Nettoschuld [1]	920	937	776
Groepsvermogen als percentage balanstotaal	39,1%	37,2%	39,1%
Kasstroom in miljoenen euro's			
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	63	85	444
Investeringen in grond, gebouwen, installaties en immateriële activa	131	75	261
Afschrijvingen op gebouwen, installaties en immateriële activa	95	106	210
Waardecreatie voor leden in euro's per 100 kilogram excl. btw, bij 4,41% vet en 3,47% eiwit			
Garantieprijs [2, 3]	36,33	30,25	32,39
Pro forma prestatietoeslag [2, 4]	1,38	1,33	1,23
Pro forma reservering ledenobligaties op naam [2, 4]	0,92	0,80	0,73
Pro forma melkprijs [2, 4]	38,63	32,38	34,35
Overige gegevens			
Melkaanvoer van leden in miljoenen kg	4.513	4.511	8.821

[1] De nettoschuld betreft langlopende rentedragende verplichtingen, verplichtingen aan financiers, het saldo van de verplichtingen aan en vorderingen op gelieerde ondernemingen minus liquide middelen.

[2] De berekeningswijze van de garantieprijs en de winstverdeling is in 2011 aangepast ten opzichte van de berekeningswijze in eerdere jaren. De cijfers over het jaar 2010 zijn niet aangepast.

[3] Voor 2011 betreft dit het saldo van de garantieprijs van 36,55 euro en een verrekening van -0,22 euro.

[4] De definitieve prestatietoeslag, reservering ledenobligaties op naam en melkprijs worden bepaald op basis van de winstcijfers over het gehele jaar.



Ontwikkelingen in lijn met de verwachting

Cees 't Hart, chief executive officer van Koninklijke FrieslandCampina: "De ontwikkelingen liggen in lijn met de verwachting. Groei realiseren we in alle vier business groups en vooral bij Consumer Products International en Ingredients. Met de aanpassingen in de organisatie, de projecten die we gestart zijn en de nieuwe werkwijze van marketing en innovatie in het kader van de realisatie van de strategie *route2020* liggen we goed op schema. In 2013-2014 verwachten we meer zichtbare effecten in de realisatie van *route2020*.

Tevreden zijn we vooral over de resultaatontwikkeling van onze ingrediëntenactiviteiten. Met zowel de speciaalingrediënten als met de commodities laten we goede resultaten zien. Ook over de ontwikkeling in Azië en Afrika zijn we tevreden. We zijn er in geslaagd de hogere grondstofkosten in de meeste markten en productcategorieën door te berekenen en het volume te laten groeien. Echter in een aantal markten komen, als gevolg van de hogere prijzen voor zuivelproducten, de afzetvolumes onder druk te staan. De business group Cheese, Butter & Milkpowder heeft haar resultaat verder verbeterd door toename van de marge, onder meer door kostenbeheersing. Het bedrijfsresultaat is nog wel negatief. In Europa staan de economische ontwikkelingen in een behoorlijk aantal landen onder druk. De werkloosheid neemt toe en in bijna alle landen blijven consumenten door de economische onzekerheden terughoudend in hun bestedingen. Er is geen sprake van groei van de consumptie en consumenten blijven bijzonder gevoelig voor lage prijzen en productpromoties. Met name in Duitsland lukt het niet om de noodzakelijke prijsverhogingen in de markt door te berekenen. In de moeilijke Europese markt is het wel gelukt de marktaandelen van de meeste merken te laten groeien of op het niveau van vorig jaar te houden. Dit alles heeft geresulteerd in een resultaat van 0 miljoen euro voor de business group Consumer Products Europe.

Met onze brede productportfolio van zuiveldranken, baby- & kindervoeding, kaas, boter, room, desserts en functionele ingrediënten en met de geografische spreiding van onze activiteiten zijn we in staat tegenvallende ontwikkelingen in een segment of regio op te vangen door positieve ontwikkelingen in andere segmenten en regio's. Dat zorgde ervoor dat we als FrieslandCampina over een reeks van jaren robuuste resultaten konden laten zien.

In de tweede helft van het jaar blijft, met name in Europa, margeverbetering belangrijk. Het gaat daarbij om het vinden van de juiste balans tussen volume, verkoopprijs en marge. De ontwikkeling van de koopkracht van consumenten in verschillende landen speelt daarbij een belangrijke rol.

Voor de realisatie van *route2020* zijn we gestart met een investeringsprogramma van ruim 300 miljoen euro. Tegelijkertijd blijft verdere kostenbeheersing een belangrijk aandachtspunt.

Dit jaar is de winstverdeling aangepast ten opzichte van de voorgaande jaren. In plaats van 40 procent komt nu 50 procent van de winst ter beschikking aan de leden van de coöperatie. De pro forma melkprijs voor de leden-melkveehouders van FrieslandCampina komt uit op 38,63 euro per 100 kilo melk. Zo'n 19 procent boven het niveau van het eerste halfjaar 2010."

Eerste halfjaar 2011: hogere omzet door prijsstijgingen en volumegroei

FrieslandCampina investeert in verdere groei

De netto-omzet van Koninklijke FrieslandCampina N.V. is in het eerste halfjaar 2011 met 9,3 procent toegenomen tot 4,7 miljard euro. Gecorrigeerd voor valuta-effecten is de netto-omzet gegroeid met 10,3 procent. Hogere verkoopprijzen en volumegroei van consumentenproducten in vooral Azië en Afrika en ingrediënten hebben bijgedragen aan de omzetgroei. Merken als Peak (Nigeria) en Friso (baby- & kindervoeding) presteerden goed. De pro forma melkprijs voor de door leden-melkveehouders van FrieslandCampina geleverde melk nam met 19,3 procent toe tot 38,63 euro per 100 kilo melk (eerste halfjaar 2010: 32,38 euro per 100 kilo melk).

De operationele resultaten van FrieslandCampina liggen vrijwel op het niveau van het eerste halfjaar 2010. De winst nam af met 29 miljoen euro (18,6 procent) naar 127 miljoen euro. Hiervan is 18 miljoen euro het gevolg van de verandering van de berekening van de garantieprijs en de winstverdeling in 2011 ten opzichte van voorgaande jaren.

De goede resultaten van de business groups Consumer Products International en Ingredients en de verbetering van het resultaat van Cheese, Butter & Milkpowder compenseren de tegenvallende resultaten van Consumer Products Europe. In de moeilijke Europese markt konden de hogere prijzen voor boerderijmelk en andere grondstoffen niet, niet volledig of met vertraging worden doorberekend in de verkoopprijs. De door Consumer Products Europe gerealiseerde omzetgroei van 6 procent kon de stijging van de kostprijs met 13 procent niet compenseren. Er was wel sprake van lichte volumegroei en de marktaandelen van de meeste merken zijn gegroeid of bleven op niveau.

Van de in 2011 verwachte investeringen van ruim 300 miljoen euro is in het eerste halfjaar 131 miljoen euro aangewend. De investeringen zijn grotendeels gericht op de realisatie van *route2020*.

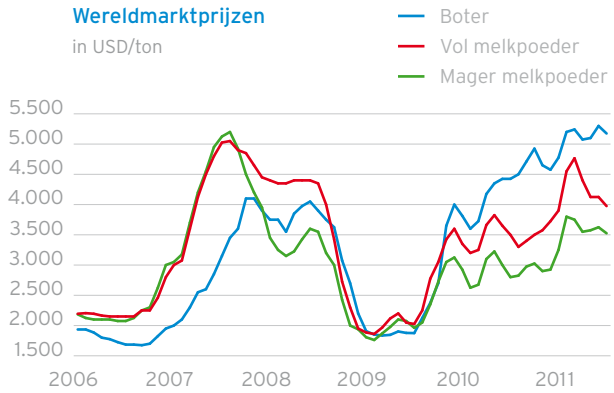
Marktontwikkelingen in de eerste helft van 2011

De wereldwijde vraag naar zuivelproducten van zowel consumenten als industriële afnemers ontwikkelde zich positief in de eerste helft van 2011. Deze ontwikkeling manifesteert zich vanaf de tweede helft van 2009. Economische groei in met name China en India, maar ook in Zuid-Amerika hebben hieraan bijgedragen. In de Benelux is de vraag naar zuivelproducten stabiel gebleven, terwijl in Duitsland en Zuid- en Zuidoost-Europa de vraag is afgenomen.
Het aanbod van melk nam wereldwijd toe. De omstandigheden voor zuivelproductie waren goed in de eerste helft van 2011. De Europese melkproductie groeide met zo'n 2 procent, ondanks de droogte in West-Europa in april en mei. Gunstige weercondities op het zuidelijk halfrond zorgden voor een verhoogde melkproductie in Nieuw-Zeeland, Argentinië en Uruguay.

De zwakke US-dollar maakte de export van Europese producten lastiger. De Amerikaanse zuivelproducenten konden dan ook het meest profiteren van de aantrekkende wereldhandel in de eerste helft van 2011. De Europese zuivelindustrie heeft wel kunnen profiteren van toenemende vraag uit Rusland naar kaas, boter en mager melkpoeder.

Aanpassing melkprijssystematiek

In 2011 is de winstverdeling en de berekening van de garantieprijs voor de melk van de leden-melkveehouders aangepast ten opzichte van de jaren 2008 - 2010. Dit heeft een negatief effect van 18 miljoen euro op de winst en een positief effect van 0,50 euro per 100 kilo melk op de melkprijs.
Van de winst wordt 50 procent (was 40 procent) ter beschikking gesteld aan de leden van de coöperatie. Hiervan wordt 30 procent uitgekeerd aan de leden-melkveehouders als prestatietoeslag voor de geleverde melk en wordt 20 procent uitgekeerd in de vorm van ledenobligaties-vast. In de berekening van de garantieprijs is vanaf 2011 opgenomen de eventuele nabetaling en de eventuele vorming van vermogen op naam van de melkveehouders van de referentiebedrijven.





Wereldmelkdag, 1 juni, stond bij FrieslandCampina in het teken van het delen van kennis over melk.

Een en ander heeft ervoor gezorgd dat noteringsprijzen voor zuivelproducten als melkpoeder, caseïnaat, boter, foliekaas en wei zijn doorgestegen naar niveaus die in de buurt komen van het recordjaar 2007. Wel is er sprake van enige neerwaartse prijsdruk op mager en vol melkpoeder, wei en meer recent ook op kaas. Toch bleven de noteringsprijzen historisch gezien op een hoog niveau liggen. In Europa bleef de prijsontwikkeling van zuivelproducten voor consumenten achter bij de prijsontwikkeling van commodities.

Toename netto-omzet

De netto-omzet van FrieslandCampina is in het eerste halfjaar 2011 met 9,3 procent gestegen tot 4.730 miljoen euro. Door hogere verkoopprijzen werd een stijging van de omzet met 410 miljoen euro gerealiseerd. Het verkoopvolume is toegenomen en er heeft een volumeverschuiving plaatsgevonden van commodities naar toegevoegdewaardeproducten. De omzet is voor 43 miljoen euro negatief beïnvloed als gevolg van valuta-effecten (vooral de dure euro ten opzichte van de US-dollar).

Bij Consumer Products Europe steeg de netto-omzet met 6,0 procent naar 1.689 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 1.594 miljoen euro). De toename is vooral het gevolg van de stijging van verkoopprijzen. Het verkoopvolume van de merken ligt op hetzelfde niveau als in het eerste halfjaar 2010. Het volume aan supermarkten geleverd huismerk is licht toegenomen. De marktaandelen van de meeste merken liggen op of boven hetzelfde niveau vergeleken met 2010.

De business group Consumer Products International (Azië, Afrika, het Midden-Oosten, export) realiseerde een toename van de netto-omzet met 9,1 procent tot 1.205 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 1.104 miljoen euro). De stijging van de omzet is het gevolg van hogere verkoopprijzen en groei van het volume van vooral baby- & kindervoeding. De dure euro ten opzichte van de US-dollar en de Vietnamese dong hebben geleid tot een negatief valuta-effect op de omzet van 36 miljoen euro. Het merk Friso presteerde goed in China en Hong Kong. Er was sprake van enige druk op de marktaandelen van zuiveldranken in Vietnam, Indonesië en Thailand.

Cheese, Butter & Milkpowder realiseerde een toename van de netto-omzet van 9,6 procent naar 1.389 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 1.267 miljoen euro). De toename is het gevolg van hogere verkoopprijzen van commodities als foliekaas, melkpoeder en boter. Het verkoopvolume lag op een lager niveau dan in het eerste halfjaar 2010.

Bij Ingredients steeg de netto-omzet met 16,1 procent naar 943 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 812 miljoen euro). De stijging van de omzet is het gevolg van prijsstijgingen en de toename van de verkoopvolumes. Vooral de sterke vraag uit Azië naar zuivelingrediënten heeft hieraan bijgedragen.

Bedrijfsresultaat en winst

Het bedrijfsresultaat is in de eerste helft van 2011 uitgekomen op 210 miljoen euro, een vermindering met 11,8 procent ten opzichte van de eerste helft van 2010 (238 miljoen euro). Het bedrijfsresultaat als percentage van de netto-omzet bedroeg 4,4 procent (eerste halfjaar 2010: 5,5 procent).

Consumer Products International wist het bedrijfsresultaat met 192 miljoen euro op peil te houden (eerste halfjaar 2010: 197 miljoen euro). De business group kon in de eerste maanden van 2011 de marges redelijk handhaven. Echter door het hoge prijsniveau kwam het afzetvolume in een aantal landen onder druk te staan.

De business group Ingredients heeft haar bedrijfsresultaat met 53,4 procent weten te verbeteren naar 89 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 58 miljoen euro) door de goede resultaten met speciale ingrediënten, alsmede door de hogere opbrengstprijzen van standaardproducten.

Consumer Products Europe zag het bedrijfsresultaat afnemen van 57 miljoen euro naar 0 miljoen euro. De belangrijkste reden hiervoor was de toenemende concurrentie als gevolg van stagnatie in de consumptie, waardoor de prijsverhoging van

boerderijmelk en andere grondstoffen niet of maar ten dele en met vertraging konden worden doorberekend in de verkoopprijzen. Hierdoor stonden de marges sterk onder druk.

De business group Cheese, Butter & Milkpowder realiseerde een negatief bedrijfsresultaat van 29 miljoen euro. Ten opzichte van het eerste halfjaar 2010 (-46 miljoen euro) is het resultaat verbeterd met 17 miljoen euro (37 procent) als gevolg van betere resultaten met commodities.

De resultaten van de business groups worden beïnvloed door de toerekening van de prestatietoeslag en de reservering op naam naar rato van de door de business groups ontvangen hoeveelheid ledenmelk. Dit heeft vooral een fors effect op het resultaat van Cheese, Butter & Milkpowder omdat deze business group circa 55 procent van de ledenmelk verwerkt.

Het resultaat uit joint ventures en geassocieerde deelnemingen is afgenomen van 8 miljoen euro in het eerste halfjaar 2010 naar 5 miljoen euro in het eerste halfjaar 2011. Hier hebben de resultaten onder druk gestaan als gevolg van de hogere grondstofkosten.

Het saldo van financieringsbaten en -lasten is toegenomen met 5 miljoen euro, wat resulteert in een last van 40 miljoen euro. De netto rentelast is 26 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 24 miljoen euro).

De belastingen bedroegen 48 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 55 miljoen euro). De effectieve belastingdruk is gestegen van 26,5 procent naar 27,4 procent.

De winst over het eerste halfjaar 2011 bedroeg 127 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 156 miljoen euro). De belangrijkste redenen voor de afname van de winst zijn de aanpassing van de garantieprijsberekening en winstverdeling, lagere marges en de hogere investeringen in de organisatie in het kader van de realisatie van *route2020*.

De bedrijfslasten zijn in het eerste halfjaar 2011 met 10,4 procent toegenomen naar 4.532 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 4.104 miljoen euro). De vergoeding aan de leden-melkveehouders, onderdeel van de bedrijfslasten, is in het eerste halfjaar 2011 met 23 procent toegenomen naar 1.750 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 1.420 miljoen euro).

Van de winst wordt 78 miljoen euro toegerekend aan de aandeelhouder van Koninklijke FrieslandCampina N.V., zijnde Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., 17 miljoen euro wordt toegerekend aan de rente op ledenobligatieleningen, 4 miljoen euro aan verstrekkers van de perpetuele obligatielening en 28 miljoen euro aan minderheidsbelangen.

Kasstroom

De kasstroom uit operationele activiteiten is gedaald naar 63 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 85 miljoen euro). De daling van de kasstroom is het gevolg van de lagere winst alsmede door het sterk gestegen werkkapitaal. De stijging van het werkkapitaal is veroorzaakt door hogere prijzen en toename van de voorraden. De kasstroom uit investeringsactiviteiten steeg door toegenomen investeringen in grond, gebouwen, installaties en immateriële activa. De totale investeringen bedroegen 131 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 75 miljoen euro).

Financiering

FrieslandCampina maakt gebruik van leningen van meerdere groepen financiers (leden-melkveehouders, banken en investeerders). Dit komt de flexibiliteit van de onderneming ten goede. Het grootste deel van de financiering met vreemd vermogen is ondergebracht bij financiële instellingen binnen en buiten Nederland. Het hoofdbestanddeel van de bankleningen wordt gevormd door een gecommitteerde kredietfaciliteit met een omvang van 1 miljard euro die loopt tot en met augustus 2013. FrieslandCampina heeft bij institutionele beleggers in de Verenigde Staten onderhandse leningen geplaatst van 196 miljoen dollar en 25 miljoen euro bij een Europese investeerder.

Financiële positie

De nettoschuld bedraagt 920 miljoen euro per 30 juni 2011. Ten opzichte van ultimo 2010 betekent dit een stijging van 144 miljoen euro door de toegenomen financieringsbehoefte als gevolg van het gestegen werkkapitaal.

Het groepsvermogen bedraagt per 30 juni 2011 2.166 miljoen euro (ultimo 2010: 2.071 miljoen euro). Het eigen vermogen is versterkt door de reservering uit de winst over het jaar 2010.

De solvabiliteit (groepsvermogen als percentage van het balanstotaal) is met 39,1 procent op hetzelfde niveau gebleven als ultimo 2010.

Melkprijssystematiek

De melkprijs van FrieslandCampina bestaat vanaf het boekjaar 2011 uit de garantieprijs, de prestatietoeslag én de waarde van de op naam bijgeschreven ledenobligaties-vast per 100 kilo melk.

De garantieprijs wordt berekend aan de hand van het gewogen gemiddelde van de jaarmelkprijzen voor boerderijmelk van de referentiebedrijven (twaalf Duitse zuivelbedrijven, Arla Foods in Denemarken, Bel Leerdammer, Cono Kaasmakers en DOC Kaas in Nederland en Milcobel in België) en is vanaf 2011 inclusief een eventuele nabetaling van de zuivelcoöperaties aan hun melkveehouders en de eventuele vorming van vermogen op naam van leden van deze coöperaties.
De garantieprijs over het eerste halfjaar 2011 bedraagt 36,33 euro exclusief btw per 100 kilo melk bij 4,41 procent vet en 3,47 procent eiwit (eerste halfjaar 2010: 30,25 euro, geheel 2010: 32,39 euro).

De hoogte van de prestatietoeslag en de reservering op naam is afhankelijk van de financiële prestatie van de onderneming. Van de winst van FrieslandCampina op basis van de garantieprijs en na aftrek van de vergoeding op ledenobligaties, de vergoeding voor de perpetuele obligatielening en de winst toe te rekenen aan minderheidsbelangen, wordt 30 procent uitbetaald aan de leden-melkveehouders als prestatietoeslag en 20 procent gereserveerd op naam van de leden-melkveehouders. De prestatietoeslag wordt jaarlijks, na vaststelling van de jaarrekening, aan de leden van de coöperatie uitbetaald naar rato van de waarde van de door hen in het betreffende jaar hoeveelheid geleverde melk. De pro forma prestatietoeslag over het eerste halfjaar 2011 bedraagt 1,38 euro per 100 kilo melk exclusief btw. Dit is 3,8 procent hoger dan de pro forma prestatietoeslag over het eerste halfjaar 2010 (1,33 euro per 100 kilo melk).



Op de locatie van FrieslandCampina Domo in Beilen wordt de productie-capaciteit uitgebreid met een nieuwe droogtoren, menginstallaties en een verpakkingslijn.

De pro forma reservering op naam van leden-melkveehouders over het eerste halfjaar 2011 bedraaagt 41 miljoen euro. Per 100 kilo melk is dat 0,92 euro (eerste halfjaar 2010: 0,80 euro per 100 kilo melk). De waarde van de op naam bijgeschreven ledenobligaties-vast was tot en met vorig jaar nog geen onderdeel van de melkprijs van FrieslandCampina.

Ten opzichte van het eerste halfjaar 2010 is de rente op ledenobligaties toegenomen van 15 miljoen euro naar 17 miljoen euro als gevolg van de stijging van de Euribor. De winst toe te rekenen aan de aandeelhouder van de vennootschap (de coöperatie) bedraagt 78 miljoen euro. Dit is 30 miljoen euro minder dan in het eerste halfjaar 2010, mede als gevolg van de gewijzigde melkprijs-systematiek.

Voortgang strategie *route2020*

De strategie *route2020* van Friesland-Campina richt zich op groei en waarde-creatie in geselecteerde markten en productcategorieën.
Om de groei in het segment baby- & kindervoeding te realiseren is in 2011 begonnen met een investeringsprogramma van 100 miljoen euro in de productielocaties in Beilen en Bedum. In Beilen bedraagt de investering 70 miljoen euro voor uitbreiding van de mengcapaciteit, een nieuwe droger en een nieuwe verpakkingslijn voor kinder-voeding. In Bedum bedraagt de investering 30 miljoen euro voor opschaling van de droog- en verwerkingscapaciteit van ontzoute weiproducten die gebruikt worden als ingrediënten voor baby- & kindervoeding. In 2013 moeten alle investeringen gerealiseerd zijn.

De inspanningen op het gebied van marketing en innovatie concentreren zich op de behoeftenplatforms groei & ontwikkeling, dagelijkse voeding, gezondheid & welzijn en functionaliteit. De Research & Development organisatie is aangepast aan de speerpunten en richt zich vooral op de zuiveldranken, baby- & kindervoeding en merkkaas. De R&D capaciteit op het gebied van baby- & kindervoeding wordt verder uitgebreid. Er is een begin gemaakt met de bouw van het nieuwe FrieslandCampina R&D Centre in Wageningen.

Als uitvloeisel van *route2020* heeft FrieslandCampina haar MVO-missie, -visie en –strategie opnieuw geformuleerd. Voorop staat dat FrieslandCampina er naar streeft haar toekomstige groei op een klimaat-neutrale manier te realiseren. De MVO-strategie van FrieslandCampina rust op vier pijlers. Twee daarvan, duurzame melkveehouderij en duurzame productie-ketens, zijn gericht op het voortdurend verminderen van de milieubelasting van onze activiteiten. De pijler voedingswaarde & gezondheid heeft vooral betrekking op het bestrijden van ondervoeding en obesitas. Met de vierde pijler, ontwikkeling van de melkveehouderij in Azië en Afrika, worden boeren in landen uit deze regio's actief ondersteund.

De zes speerpunten van waardegroei zijn:
- Groei in zuiveldranken wereldwijd door vergroting aandeel in totale consumptie.
- Versterking van marktposities in kinder-voeding wereldwijd, zowel in ingrediënten als eindproducten.
- Toename van het marktaandeel in merkkaas, onder andere door uitbreiding van het merkenportfolio.
- Geografische groei in de genoemde categorieën en verbetering van de sterke posities buiten deze categorieën.
- Foodservice in Europa: versterking en verbreding van bestaande sterke posities in het buitenhuiskanaal, mede door geografische expansie.

- Versterking van basisproducten, zoals standaardingrediënten, industriële kaas en huismerken (private labels), om het aandeel ledenmelk dat wordt verwerkt tot commodities te verkleinen.

Samenstelling raad van commissarissen en executive board

Raad van commissarissen

De ledenraad van Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A. heeft op 15 juni 2011 Sjoerd Galema en Hans Stöcker benoemd tot lid van het bestuur van Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A.
Zij treden in functie per 14 december 2011 en zullen per die datum tevens toetreden tot de raad van commissarissen van Koninklijke FrieslandCampina N.V. Galema en Stöcker vullen de vacatures op die gaan ontstaan door het vertrek van Jorrit Jorritsma en Kees Wantenaar die volgens het rooster van aftreden op 14 december 2011 aftreden en niet herbenoembaar zijn. Ook Rob ter Haar is per 14 december 2011 aftredend en niet hernoembaar. Zijn opvolger zal voor die datum worden bekend gemaakt.

In de bestuursvergadering van 9 augustus is de huidige vice-voorzitter Piet Boer gekozen als nieuwe voorzitter van het bestuur van Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A. en als gevolg daarvan wordt hij tevens voorzitter van de raad van commissarissen van Koninklijke FrieslandCampina N.V. Piet Boer volgt Kees Wantenaar op als voorzitter en treedt in functie per 15 december 2011.

Executive board

In de samenstelling van de executive board zijn geen mutaties opgetreden.

Opgelegde maatregelen Europese Unie in verband met fusie

In de periode 1 januari – 30 juni 2011 heeft de Dutch Milk Foundation (DMF) 11 aanvragen goedgekeurd van melkveehouders die het lidmaatschap van FrieslandCampina willen beëindigen met gebruikmaking van de vertrekregeling van 5,00 euro per 100 kilo melk. Deze regeling is in 2008 door de Europese Unie opgelegd in verband met de fusie tussen Friesland Foods en Campina.

Risico's

In het Jaarverslag 2010 zijn de risico's en onzekerheden beschreven die mogelijk een materieel nadelig effect op het resultaat en het vermogen van de onderneming kunnen hebben. Deze beschrijving van risico's en onzekerheden wordt door middel van verwijzing geacht onderdeel uit te maken van dit halfjaarbericht. De belangrijkste risico's en onzekerheden voor het tweede halfjaar 2011 betreffen de ontwikkeling van de wereldmarktprijzen en de beschikbaarheid van grondstoffen alsmede koersontwikkelingen. Aanzienlijke prijsveranderingen van grondstoffen (door bijvoorbeeld weersomstandigheden) of een voortdurende schaarste in de aanvoer van bepaalde producten, kunnen een negatief effect hebben op de bedrijfsresultaten en de financiële positie van FrieslandCampina. Het tijdig kunnen doorberekenen van hogere kostprijzen is onder andere afhankelijk van de duur van contracten en het vermogen van markten om de prijsverhogingen te betalen. Te hoge prijzen voor zuivelproducten en zuivelgrondstoffen kunnen leiden tot daling van de verkopen door vervanging van zuivelproducten door goedkopere producten. FrieslandCampina heeft een werkmaatschappij die gevestigd is in Griekenland. De economische situatie en daaruit eventueel resulterende risico's, zoals koopkrachtdaling van de bevolking en de financieringssituatie van de verschillende partijen in de keten, worden nauwlettend gevolgd. Aanvullende risico's en onzekerheden die nu nog niet bekend zijn of die op dit moment niet materieel geacht worden, kunnen op een later moment resulteren in materiële effecten op onze onderneming, doelstellingen, omzetten, resultaten, activa en liquiditeit.

Vooruitzichten

De economische vooruitzichten blijven onzeker. In Europa wordt verwacht dat consumenten door de economische onzekerheden terughoudend blijven in hun bestedingen en dat de consumptie van zuivel onder druk blijft staan. De onzekere economische situatie in een aantal Europese landen versterkt dat beeld. Op wereldniveau wordt verwacht dat de consumptie licht zal blijven stijgen, echter het moet nog blijken wat de onrust op de financiële markten voor invloed zal hebben op het consumentenvertrouwen. Te hoge prijzen voor zuivelproducten kunnen leiden tot vervanging van zuivelproducten door andere producten. Kleine schommelingen in vraag en aanbod op de wereldmarkt kunnen grote gevolgen hebben voor de prijsontwikkelingen van zuivelproducten. Mede hierdoor kan FrieslandCampina geen concrete verwachting uitspreken ten aanzien van het resultaat over het gehele jaar 2011.

Bestuursverklaring

De executive board van Koninklijke FrieslandCampina N.V. verklaart dat het halfjaarbericht, opgesteld overeenkomstig de van toepassing zijnde verslagleggingregels voor tussentijdse berichtgeving, een getrouw beeld geeft van de activa, de passiva, de financiële positie en de winst van Koninklijke FrieslandCampina N.V. en de gezamenlijk in de consolidatie opgenomen ondernemingen; en dat het halfjaarbericht een getrouw beeld geeft omtrent de toestand op de balansdatum en de gang van zaken gedurende het eerste halfjaar 2011 van Koninklijke FrieslandCampina N.V. en van de met haar verbonden ondernemingen waarvan de gegevens in haar halfjaarbericht zijn opgenomen; en dat in het halfjaarbericht de wezenlijke risico's waarmee Koninklijke FrieslandCampina N.V. wordt geconfronteerd, zijn beschreven in overeenstemming met de Wet op het Financieel Toezicht.

Cees (C.C.) 't Hart
Chief Executive Officer

Kees (C.J.M.) Gielen
Chief Financial Officer

Kapil (K.) Garg, Chief Operating Officer
Consumer Products International

Piet (P.J.) Hilarides
Chief Operating Officer
Cheese, Butter & Milkpowder

Freek (F.) Rijna
Chief Operating Officer
Consumer Products Europe

Amersfoort, 26 augustus 2011

Consumer Products Europe

- Omzetstijging door verhoging van verkoopprijzen
- Laag consumentenvertrouwen in Europa
- Marges fors onder druk
- Marktaandelen meeste merken op of boven het niveau 2010



	2011 eerste halfjaar	2010 eerste halfjaar	2010 jaar
Netto-omzet	1.689	1.594	3.269
Bedrijfsresultaat	0	57	126
Bedrijfsresultaat als % van de netto-omzet	0	3,6	3,9

De business group Consumer Products Europe heeft een lastig eerste halfjaar achter de rug. Dit is vooral het gevolg van het dalende consumentenvertrouwen in Europa. Door de economische stagnatie en onzekerheden in een aantal landen neemt de werkloosheid toe en staan de bestedingen van consumenten onder druk. Consumenten blijven prijs- en promotiegevoelig en kiezen hierdoor vaker voor goedkopere producten. Vooral in Duitsland blijft in de zuivelindustrie de concurrentie op prijs verder toenemen.

De netto-omzet van Consumer Products Europe is in het eerste halfjaar 2011 uitgekomen op 1.689 miljoen euro. Ten opzichte van het eerste halfjaar 2010 (1.594 miljoen euro) is dit een stijging met 6 procent. De toename is vooral het gevolg van prijsstijgingen. Het volume van de merken lag op hetzelfde niveau als in het eerste halfjaar 2010. Het volume geleverd huismerk is licht toegenomen. De marge-ontwikkeling van de verschillende zuivelproducten loopt echter achter bij de stijging van de prijs voor boerderijmelk en andere grondstoffen. Prijsverhogingen konden niet, ten dele of met vertraging in de markt worden doorberekend. Het bedrijfsresultaat nam daardoor af naar 0 euro (eerste halfjaar 2010: 57 miljoen euro).

Dagverse zuivel onder het Campina merk in Nederland ontwikkelde zich positief. Voor het eerst sinds een aantal jaren zijn het marktaandeel en het volume weer toegenomen. De positionering met weidemelk van Nederlandse bodem is succesvol. Ook de Campina open boerderijdagen in het voorjaar zijn bijzonder populair en leggen de relatie tussen de boer, de melk en het merk Campina. Campina Optimel blijft zich goed ontwikkelen en speelt succesvol in op de groeiende vraag naar producten met een laag caloriegehalte. Voor wat betreft de vruchtensappen heeft Appelsientje zich positief ontwikkeld en is de business unit erin geslaagd de prijsverhogingen van vruchtenconcentraten in de markt door te berekenen. De marktaandelen zijn gestegen. In Duitsland blijft de prijsontwikkeling van zuivelproducten achter ten opzichte van die in de omliggende landen. In deze competitieve markt lukt het niet om de noodzakelijke prijsverhogingen door te voeren. Door de tegenvallende volume- en marge-ontwikkeling stonden zowel de omzet als het resultaat in Duitsland onder druk. Het merk Landliebe is er wel in geslaagd het volume verder te laten groeien. In België wordt volop geïnvesteerd in de uitbreiding van de capaciteit van de productielocatie in Aalter. Deze moet in 2012 gereed zijn om een deel van de productie van Kalkar (Duitsland) over te nemen, waarna deze locatie gesloten zal worden.
In Griekenland is, als gevolg van de koopkrachtdaling, sprake van een lichte daling van de omzet, maar kon het resultaat goed op niveau worden gehouden. FrieslandCampina Hellas is blijven investeren in marketing en promotie om haar positie als marktleider verder uit te bouwen. De marktaandelen van de meeste producten van NoyNoy ontwikkelden zich positief. In de productielocatie in Patras wordt geïnvesteerd om het assortiment zuivelproducten dat nu nog in Kalkar (Duitsland) wordt geproduceerd vanaf 2012 in Griekenland te gaan produceren.
Ook in Hongarije blijven de consumentenbestedingen achter vanwege de lastige economische situatie. Als gevolg van doorgevoerde prijsverhogingen bij een daling van de koopkracht en het consumentenvertrouwen is het volume onder druk komen te staan.
In Rusland heeft het merk Fruttis de goede ontwikkeling uit 2010 ook in de eerste helft van 2011 voortgezet.
In Roemenië is, na een aantal lastige jaren, de volumeontwikkeling weer licht positief, de marges staan echter nog onder druk.
FrieslandCampina Professional heeft een lastig eerste halfjaar 2011 achter de rug. De hoge vetprijzen konden onvoldoende worden doorberekend in de markt, ook omdat in een aantal andere landen de vetprijzen op een aanzienlijk lager niveau liggen. Voor spuitbussen met room worden veelal jaarcontracten afgesloten, waardoor prijsstijgingen onvoldoende konden worden doorberekend. Het verkoopvolume is wel op niveau gebleven.

Belangrijkste merken

campina, Chocomel, Friso, Fristi, Optimel, COOLBEST, MONA, vifit, Boerenland, NOYNOY, Fruttis, Landliebe, YAZOO, Joyvalle, Milli, Pötyös, Napolact, Dubbel Frisss, Debic

Consumer Products International

- Omzet stijgt door prijsverhogingen en volumegroei in baby- & kindervoeding
- Marge-ontwikkeling stagneert als gevolg van hogere grondstofprijzen
- Hoge verkoopprijzen dempen groeiontwikkeling



	2011 eerste halfjaar	2010 eerste halfjaar	2010 jaar
Netto-omzet	1.205	1.104	2.277
Bedrijfsresultaat	192	197	356
Bedrijfsresultaat als % van de netto-omzet	15,9	17,8	15,6

De netto-omzet van de business group Consumer Products International is in het eerste halfjaar 2011 met 9 procent toegenomen naar 1,2 miljard euro. De omzetstijging is het gevolg van hogere verkoopprijzen en groei van het volume van vooral baby- & kindervoeding. De dure euro ten opzichte van de US-dollar en de Vietnamese dong hebben geleid tot een negatief valuta-effect van circa 36 miljoen euro. In een aantal landen staat het volume onder druk als gevolg van vraaguitval door de hoge prijzen van zuivelproducten en andere voedingsmiddelen. Hierdoor en door de toenemende concurrentie op prijs stonden in een aantal landen de marge-ontwikkeling en de marktaandelen enigszins onder druk. De hogere prijzen voor grondstoffen zoals melkpoeder, suiker en andere ingrediënten konden niet overal worden doorberekend. Het vinden van de juiste balans tussen verkoopprijs, marge en volume-ontwikkeling is bepalend voor het succes en verschilt per markt en product-categorie. Om de margedruk te compenseren zijn kostenbesparingen doorgevoerd. Wel blijft volop geïnvesteerd worden in reclame & promotie. Het bedrijfsresultaat nam af naar 192 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: 197 miljoen euro). Het bedrijfsresultaat als percentage van de omzet bedroeg 15,9 procent (eerste halfjaar 2010: 17,8 procent).

FrieslandCampina Wamco Nigeria heeft opnieuw een goed eerste halfjaar achter de rug. Peak blijft bijzonder succesvol. Ook het 'value-for-money' merk Three Crowns presteerde goed. De geëvaporeerde melk liet de grootste groei in Nigeria zien. In juli is door hevige regenval de productielocatie in Lagos onder water gelopen. Als gevolg van schade aan enkele machines en de tijd die nodig was voor het reinigen van apparatuur, gebouwen en terreinen heeft de productie enkele dagen stil gelegen.
FrieslandCampina Middle East heeft haar marktpositie weten te verbeteren. In Saoedi-Arabië wordt samengewerkt met een nieuwe distributeur. Het regiokantoor van de werkmaatschappij is verplaatst van Jeddah (Saoedi-Arabië) naar Dubai (Verenigde Arabische Emiraten). Verwacht wordt dat vanuit Dubai de activiteiten in de gehele regio beter aangestuurd kunnen worden.
FrieslandCampina Export heeft de export naar met name landen in Midden-Amerika en Afrika zien toenemen. De export naar Libië is stilgevallen als gevolg van de onrust in het land en de opgelegde sancties.

FrieslandCampina Hong Kong en FrieslandCampina China ontwikkelen zich bijzonder positief en zijn vooral succesvol met Friso baby- en kindervoeding.
In Maleisië is de positionering van het merk Dutch Lady aangescherpt wat heeft geleid tot groei van het marktaandeel.
In Thailand worden de verkoopprijzen van de zuivelproducten door de overheid gereguleerd en konden slechts in beperkte mate prijsverhogingen worden doorgevoerd. Van Foremost Calcimex is een nieuwe variant geïntroduceerd.
In Indonesië stagneerde de groei van de afzet van gezoete gecondenseerde melk enigszins na de sterke groei in 2010. Op het gebied van kindervoeding is sprake van toenemende concurrentie. FrieslandCampina Vietnam ondervindt de gevolgen van de hoge prijzen voor voedingsmiddelen. Voor het eerst sinds jaren was er in Vietnam sprake van krimp in de vraag naar voedings-middelen. De concurrentie op prijs neemt toe waardoor de marktaandelen van Dutch Lady en Friso enigszins onder druk staan.

Belangrijkste merken

FRISIAN FLAG · Peak · DUTCH LADY · Friso · RAINBOW · FOREMOST

Cheese, Butter & Milkpowder

- Omzet stijgt door hogere verkoopprijzen
- Resultaatverbetering door kostenreductie en margeverbetering commodities
- Investeringen in efficiency-verbeteringen



	2011 eerste halfjaar	2010 eerste halfjaar	2010 jaar [1]
Netto-omzet	1.389	1.267	2.641
Bedrijfsresultaat	- 29	- 46	- 92
Bedrijfsresultaat als % van de netto-omzet	- 2,1	- 3,6	- 3,5

De business group Cheese, Butter & Milkpowder heeft haar omzet en resultaat verder weten te verbeteren. De netto-omzet van de business group Cheese, Butter & Milkpowder steeg in het eerste halfjaar 2011 naar 1.389 miljoen euro. Ten opzichte van het eerste halfjaar 2010 (1.267 miljoen euro) is dit een toename met 9,6 procent. De toename van de omzet is het gevolg van prijsstijgingen van commodoties als foliekaas, melkpoeder en boter. Het verkoopvolume lag op een lager niveau dan in het eerste halfjaar van 2010, voornamelijk door het beëindigen van een aantal bijkoopcontracten. Het bedrijfsresultaat nam toe naar -29 miljoen euro (eerste halfjaar 2010: -46 miljoen euro). Het bedrijfsresultaat als percentage van de omzet bedroeg -2,1 procent (eerste halfjaar 2010: -3,6 procent).

FrieslandCampina Cheese realiseerde een stijging van de verkoopprijzen van foliekaas met 30 procent in de eerste helft van 2011. De stijging van de opbrengstprijzen van merkkazen moest hierbij achterblijven. De noodzakelijke prijsverhogingen konden slechts met vertraging in de markt worden doorberekend. Daarnaast stond de afzet van merkkazen onder druk als gevolg van de economische en politieke ontwikkelingen in een aantal landen. Met name in het premium segment stonden de marktaandelen onder druk. De export van kaas onder het merk Frico is negatief beïnvloed door de politieke onzekerheden in Egypte en Libië. In Griekenland is er druk op de omzet door de economische crisis.

FrieslandCampina Butter heeft een uitstekend eerste halfjaar gekend. De werkmaatschappij is er in geslaagd de benodigde prijsverhogingen goed in de markt door te berekenen. Vooral de industriële boterproducten konden hiervan profiteren. De verkoopprijs van boter voor consumenten bleef hierbij achter.

FrieslandCampina Milkpowder heeft een goede ontwikkeling doorgemaakt. Zowel het prijsniveau als de marges hebben zich goed ontwikkeld.

Als gevolg van de in 2009 aangekondigde reorganisaties zijn de productielocaties voor boterproducten in Klerken (België) en kaas in Dronrijp (Nederland) in de eerste helft van 2011 gesloten. De productie is verplaatst naar andere FrieslandCampina locaties en deels uitbesteed. Investeringen vinden plaats in de uitbreiding van de kaasproductiecapaciteit in Workum, Balkbrug en Marum.

Belangrijkste merken

Milner · Frico · Royal Hollandia · Botergoud · Slankie 20+ · Noord-Hollandse Gouda · Valess

[1] De melkpoederactiviteiten zijn per 1 januari 2011 overgegaan van Ingredients naar Cheese, Butter & Milkpowder. De vergelijkende cijfers 2010 zijn aangepast.

Ingredients

- Hogere opbrengstprijzen door toenemende vraag naar ingrediënten uit Azië
- Beter resultaat met caseïnaat, pharma lactose en roomlikeur
- Investeringen in capaciteitsuitbreiding baby- & kindervoeding



	2011 eerste halfjaar	2010 eerste halfjaar	2010 jaar [1]
Netto-omzet	943	812	1.669
Bedrijfsresultaat	89	58	128
Bedrijfsresultaat als % van de netto-omzet	9,4	7,1	7,7

De business group Ingredients heeft een goed eerste halfjaar achter de rug. De netto-omzet van Ingredients is in het eerste halfjaar 2011 uitgekomen op 943 miljoen euro. Ten opzichte van het eerste halfjaar 2010 (812 miljoen euro) is dit een toename met 16,1 procent. De stijging van de omzet is het gevolg van prijsstijgingen en de toename van het verkoopvolume. Vooral de sterke vraag naar zuivelingrediënten uit Azië heeft hieraan bijgedragen. Hoewel met enige vertraging, is het gelukt de prijsverhogingen van boerderijmelk en andere grondstoffen in de markt door te berekenen. Dit heeft geleid tot een verbetering van het bedrijfsresultaat met 31 miljoen euro naar 89 miljoen euro (53,4 procent). Het bedrijfsresultaat als percentage van de omzet bedraagt 9,4 procent (eerste halfjaar 2010: 7,1 procent).

De omzet en het verkoopvolume van FrieslandCampina Domo is toegenomen. Vooral de baby- & kindervoedingen in consumentenverpakkingen doen het goed. Echter de marge op ingrediënten voor baby- & kindervoeding, en daarmee het bedrijfsresultaat, stond enigszins onder druk door de hogere grondstofkosten die vanwege doorlopende verkoopcontracten niet volledig konden worden doorberekend aan de afnemers.

FrieslandCampina Kievit heeft de omzet zien stijgen door hogere opbrengstprijzen en licht toegenomen volume. Het resultaat stond echter licht onder druk, door toename van de grondstofprijzen. Als gevolg van de onrust in het Midden-Oosten en Noord-Afrika is de afzet van creamers in deze regio afgenomen. Als gevolg van de hogere prijzen kwamen de verkopen in Azië enigszins onder druk te staan.

FrieslandCampina DMV heeft uitstekend gepresteerd. Omzet en resultaat zijn verbeterd door zowel hogere verkoopprijzen, toenemende vraag als door verbetering van de marges.

Ook FrieslandCampina Creamy Creation heeft een goed eerste halfjaar achter de rug. Na een lastig 2010 heeft de werkmaatschappij goed kunnen inspelen op de toenemende vraag naar roomlikeuren. De hogere vetprijs kon worden doorberekend in de verkoopprijzen.

FrieslandCampina Dairy Feed kijkt tevreden terug op het eerste halfjaar. De leidende positie in kalverenvoeding in Nederland kon verder worden uitgebouwd.

De joint venture DMV-Fonterra Excipients had een uitstekend eerste halfjaar en realiseerde een stijging van verkoopvolume en omzet. Ook het resultaat verbeterde. Het bedrijf kon goed inspelen op de wereldwijd sterk toenemende vraag naar farmalactose.

Voor de belangrijkste productielocatie voor baby- & kindervoeding van FrieslandCampina in Beilen zijn investeringsplannen goedgekeurd voor een bedrag van circa 70 miljoen euro om dit jaar en de komende jaren de productiecapaciteit uit te breiden en de kwaliteit te verbeteren door middel van onder andere een nieuwe droogtoren, menginstallaties en een verpakkingslijn. Ook de productiecapaciteit van ontzoute wei in de productielocatie in Bedum wordt uitgebreid.

Belangrijkste merken

DOMO® kievit creamy creation Nutrifeed DMV International The ingredients of success DMV-Fonterra Excipients The ingredients of success

[1] De melkpoederactiviteiten zijn per 1 januari 2011 overgegaan van Ingredients naar Cheese, Butter & Milkpowder. De vergelijkende cijfers 2010 zijn aangepast.

Verkorte geconsolideerde winst-en-verliesrekening

In miljoenen euro's

	eerste halfjaar 2011	eerste halfjaar 2010
Netto-omzet	4.730	4.328
Overige bedrijfsopbrengsten	12	14
Bedrijfsopbrengsten	**4.742**	4.342
Bedrijfslasten	- 4.532	- 4.104
Bedrijfsresultaat	**210**	238
Resultaat uit joint ventures en geassocieerde deelnemingen	5	8
Financieringsbaten en -lasten	- 40	- 35
Winst voor belastingen	**175**	211
Belastingen	- 48	- 55
Winst	**127**	156
Winst toe te rekenen aan:		
- verstrekkers ledenobligatieleningen	17	15
- verstrekkers perpetuele obligatielening	4	4
- aandeelhouder van de vennootschap	78	108
- aandeelhouder en overige vermogensverschaffers van de vennootschap	**99**	127
- minderheidsbelangen	28	29
	127	156

Verkort geconsolideerd overzicht van het totaalresultaat

In miljoenen euro's

	eerste halfjaar 2011			eerste halfjaar 2010		
	Resultaat toe te rekenen aan de aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	Minderheidsbelangen	**Totaal**	Resultaat toe te rekenen aan de aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	Minderheidsbelangen	Totaal
Winst boekjaar	**99**	**28**	**127**	127	29	156
Mutatie kasstroomafdekkingen	**7**		**7**	- 9		- 9
Belasting inzake vergoeding perpetuele obligatielening en ledenobligatieleningen	**4**		**4**	4		4
Valuta-omrekenverschillen	**- 13**	**- 6**	**- 19**	57	14	71
Resultaten direct verwerkt in het eigen vermogen	**- 2**	**- 6**	**- 8**	52	14	66
Totaalresultaat voor de periode	**97**	**22**	**119**	179	43	222

Verkorte geconsolideerde balans

In miljoenen euro's

	30 juni 2011	31 december 2010
Activa		
Vaste activa		
Grond, gebouwen en installaties	1.500	1.495
Immateriële activa	952	903
Financiële activa	467	467
	2.919	2.865
Vlottende activa		
Voorraden	1.157	1.005
Vorderingen	1.190	1.124
Liquide middelen	267	292
	2.614	2.421
Activa aangehouden voor verkoop	11	13
Totaal activa	**5.544**	5.299
Passiva		
Groepsvermogen		
Aandelenkapitaal	370	370
Ingehouden winst en reserves	604	530
Perpetuele obligatielening	126	130
Ledenobligatieleningen	957	931
Eigen vermogen toe te rekenen aan de aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	**2.057**	1.961
Minderheidsbelangen	109	110
Totaal groepsvermogen	**2.166**	2.071
Langlopende verplichtingen		
Voorzieningen	358	343
Langlopende rentedragende verplichtingen	775	776
Overige langlopende verplichtingen	152	38
	1.285	1.157
Kortlopende verplichtingen		
Verplichtingen aan financiers	408	314
Overige kortlopende verplichtingen	1.685	1.757
	2.093	2.071
Totaal passiva	**5.544**	5.299

Verkort geconsolideerd kasstroomoverzicht

In miljoenen euro's

	eerste halfjaar 2011	eerste halfjaar 2010 [1]
In dit overzicht komen de gegenereerde kasstromen tot uitdrukking, daar waar van toepassing omgerekend naar euro's. Kasstromen in vreemde valuta worden omgerekend naar euro's tegen de wisselkoersen geldend op de transactiedatum. Het kasstroomoverzicht is volgens de indirecte methode opgesteld.		
Winst voor belastingen	175	211
Afschrijvingen op gebouwen, installaties en immateriële activa	95	106
Mutatie voorraden, vorderingen en verplichtingen	- 218	- 251
Overige operationele activiteiten	11	19
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	**63**	85
Investeringen in grond, gebouwen, installaties en immateriële activa	- 131	- 75
Overige investeringsactiviteiten	12	23
Netto kasstroom uit investeringsactiviteiten	**- 119**	- 52
Opgenomen en afgelost op rentedragende verplichtingen	117	42
Overige financieringsactiviteiten	- 75	- 93
Netto kasstroom uit financieringsactiviteiten	**42**	- 51
Netto kasstroom	**- 14**	- 18
Liquide middelen begin boekjaar	292	272
Netto kasstroom	- 14	- 18
Koersverschil liquide middelen	- 11	25
Liquide middelen einde boekjaar	**267**	279

[1] De vergelijkende cijfers van het verkort geconsolideerde kasstroomoverzicht wijken in de specificatie af van de cijfers zoals gepresenteerd in het halfjaarbericht 2010. De reservering ledenobligatie op naam is in het halfjaarbericht 2010 opgenomen in de kasstroom uit financieringsactiviteiten. Met ingang van de jaarrekening 2010 is deze opgenomen als aanpassing op de winst voor belastingen in de kasstroom uit operationele activiteiten.

Verkort geconsolideerd overzicht vermogensmutaties

In miljoenen euro's

	eerste halfjaar 2011			eerste halfjaar 2010		
	Eigen vermogen toe te rekenen aan aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	Minderheidsbelangen	**Totaal**	Eigen vermogen toe te rekenen aan aandeelhouder van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	Minderheidsbelangen	Totaal
Begin boekjaar	1.961	110	**2.071**	1.652	97	1.749
Totaalresultaat voor de periode	97	22	**119**	179	43	222
Transacties met aandeelhouder en overige vermogensverschaffers:						
- uitbetaald dividend aan minderheidsbelangen		- 23	**- 23**		- 46	- 46
- uitbetaalde vergoeding aan verstrekkers van perpetuele obligatielening	-9		**-9**	-9		-9
- uitbetaalde vergoeding aan verstrekkers van ledenobligatieleningen	- 31		**- 31**	- 31		- 31
- reservering ledenobligaties op naam	41		**41**	36		36
- verkoop aandelen aan Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A.					15	15
- overige mutaties	- 2		**- 2**	1		1
Totaal transacties met aandeelhouder en overige vermogensverschaffers	- 1	- 23	**- 24**	- 3	- 31	- 34
Einde halfjaar	**2.057**	**109**	**2.166**	1.828	109	1.937

Toelichting op de verkorte geconsolideerde halfjaarcijfers

Algemeen

Koninklijke FrieslandCampina N.V. is statutair gevestigd in Amersfoort, Nederland. Het adres is: Stationsplein 4, 3818 LE Amersfoort. Dit geconsolideerde halfjaarbericht van Koninklijke FrieslandCampina N.V. voor de eerste zes maanden eindigend op 30 juni 2011, omvat Koninklijke FrieslandCampina N.V. en haar dochterondernemingen (tezamen FrieslandCampina genoemd).

Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A. houdt alle aandelen in Koninklijke FrieslandCampina N.V. (de vennootschap).

Op de geconsolideerde halfjaarcijfers is geen accountantscontrole toegepast.

Grondslagen

Dit halfjaarbericht is opgesteld in overeenstemming met IAS 34 'Tussentijdse financiële verslaggeving', voor zover aanvaard door de Europese Unie. Dit halfjaarbericht moet in samenhang worden gelezen met de jaarrekening 2010 welke is opgesteld in overeenstemming met IFRS voor zover aanvaard door de Europese Unie en de interpretaties daarvan zoals vastgesteld door de International Accounting Standards Board (IASB).

Voor deze geconsolideerde halfjaarcijfers zijn dezelfde grondslagen voor waardering, resultaatbepaling en berekeningsmethoden gehanteerd als die toegepast bij de jaarrekening van 2010. De vennootschap heeft daarnaast de volgende nieuwe en/of aangepaste IFRS en IFRIC interpretaties toegepast per 1 januari 2011:

- IAS 24 Verbonden partijen;
- IAS 32 Financiële instrumenten: classifcation of right issues;
- IFRIC 14 Vooruitbetalingen bij minimaal vereiste dekkingsbijdragen;
- IFRIC 19 Onderscheid financiële verplichtingen en eigen vermogen;
- verbeteringen in IFRS (mei 2010).

Deze nieuwe standaarden en aanpassingen in bestaande standaarden en interpretaties hebben geen materiële impact op het vermogen, het resultaat en/of de toelichtingen.

Beoordelingen, inschattingen en aannames

Bij het opmaken van de halfjaarrekening zijn op consistente wijze beoordelingen, inschattingen en aannames gemaakt, gebaseerd op historische ervaringen en diverse andere factoren die onder de gegeven omstandigheden als redelijk zijn beschouwd voor de beoordeling van de waarde van de verantwoorde activa en passiva. Werkelijke resultaten kunnen echter afwijken van gemaakte inschattingen.

De veronderstellingen en inschattingen worden continu geëvalueerd. Voor een overzicht van de belangrijkste veronderstellingen en inschattingen verwijzen wij naar de jaarrekening 2010. In de eerste helft van 2011 hebben zich daarin geen belangrijke wijzigingen voorgedaan, met uitzondering van een schattingswijziging ten aanzien van de afschrijvingspercentages van grond, gebouwen en installaties (zie pagina 19).

Financieel risicobeheer

De belangrijkste doelstellingen en procedures van het financieel risicobeheer binnen FrieslandCampina zijn consistent met de doelstellingen en procedures zoals gepresenteerd in de geconsolideerde jaarrekening 2010.

Seizoensinvloeden

Er is geen sprake van een significant seizoenspatroon in de vergelijking van een eerste halfjaar met een tweede halfjaar.

Segmentatie

De geïdentificeerde operationele segmenten betreffen de afzonderlijke segmenten binnen FrieslandCampina waarvoor financiële informatie beschikbaar is die frequent wordt beoordeeld door het hoogste besluitvormende orgaan (executive board) teneinde beslissingen te nemen omtrent de toerekening van de beschikbare middelen aan het segment en om de prestaties van het segment vast te stellen. FrieslandCampina heeft de operationele segmenten ingedeeld per business group: Consumer Products Europe; Consumer Products International; Cheese, Butter & Milkpowder en Ingredients.
Begin 2011 zijn de melkpoederactiviteiten verplaatst van de business group Ingredients naar de business group Cheese, Butter & Milkpowder. Naar aanleiding van deze verhanging is de samenstelling van de segmenten Ingredients en Cheese, Butter & Milkpowder gewijzigd. De vergelijkende cijfers zijn hiervoor aangepast.

Toelichting op de verkorte geconsolideerde halfjaarcijfers

In miljoenen euro's, tenzij anders aangegeven

Segmentatie naar business group	Consumer Products Europe	Consumer Products International	Cheese, Butter & Milk-powder	Ingredients	Eliminatie en Corporate & Support	Totaal
						eerste halfjaar 2011
Netto-omzet derden	1.445	1.203	1.199	741	142	**4.730**
Interne leveringen	244	2	190	202	- 638	
Totaal netto-omzet	**1.689**	**1.205**	**1.389**	**943**	**- 496**	**4.730**
Bedrijfsresultaat	0	192	- 29	89	- 42	**210**
Resultaat uit joint ventures en geassocieerde deelnemingen	1	2	2	- 1	1	**5**
Financieringsbaten en -lasten					- 40	**- 40**
Belastingen					- 48	**- 48**
Winst						**127**
Bedrijfsresultaat als % netto-omzet	0	15,9	- 2,1	9,4		4,4
Boekwaarde activa operationele activiteiten per 30 juni 2011	1.655	475	783	875	1.069	4.857
Boekwaarde overige activa						687
						5.544

	Consumer Products Europe	Consumer Products International	Cheese, Butter & Milk-powder	Ingredients	Eliminatie en Corporate & Support	Totaal
						eerste halfjaar 2010
Netto-omzet derden	1.382	1.102	1.111	611	122	4.328
Interne leveringen	212	2	156	201	- 571	
Totaal netto-omzet	1.594	1.104	1.267	812	- 449	4.328
Bedrijfsresultaat	57	197	- 46	58	- 28	238
Resultaat uit joint ventures en geassocieerde deelnemingen	1	4	2	1		8
Financieringsbaten en -lasten					- 35	- 35
Belastingen					- 55	- 55
Winst						156
Bedrijfsresultaat als % netto-omzet	3,6	17,8	- 3,6	7,1		5,5
Boekwaarde activa operationele activiteiten per 30 juni 2010	1.827	650	1.022	953	101	4.553
Boekwaarde overige activa						653
						5.206

Toelichting op de verkorte geconsolideerde halfjaarcijfers

Bedrijfslasten
In de bedrijfslasten is de vergoeding voor melk aan leden-melkveehouders opgenomen van EUR 1.753 miljoen (eerste halfjaar 2010: EUR 1.420 miljoen).

Belastingen
Bij de bepaling van de belastinglast is de integrale benadering toegepast waarbij de belastingdruk is gebaseerd op de verwachting voor geheel 2011. De hogere belastingdruk in het eerste halfjaar 2011 van 27,4% ten opzichte van het gewogen gemiddelde van 26,4% is onder meer het gevolg van het niet activeren van verliezen in Duitsland en niet verrekenbare bronbelasting op ontvangen dividenden uit Nigeria, Indonesië en Thailand.

Impairment tests
FrieslandCampina heeft in de eerste zes maanden van 2011 een analyse uitgevoerd met betrekking tot de goodwill en overige vaste activa. Hierbij is vastgesteld dat er geen gebeurtenissen zijn die aanleiding geven tot impairment van goodwill en overige vaste activa in het eerste halfjaar van 2011.

Grond, gebouwen en installaties
Het verloop van de balanspost grond, gebouwen en installaties gedurende het eerste halfjaar 2011 is als volgt te specificeren (in miljoenen euro's):

Boekwaarde begin boekjaar	1.495
Investeringen	119
Desinvesteringen	- 2
Valuta-omrekenverschillen	- 19
Overboekingen	- 3
Afschrijvingen	- 87
Waardeverminderingen	- 3
Boekwaarde einde boekjaar	**1.500**

Met ingang van 1 januari 2011 zijn de afschrijvingstermijnen voor grond, gebouwen en installaties herzien en dit heeft over het algemeen geresulteerd in een verlenging van de afschrijvingstermijn. Deze schattingswijziging heeft geresulteerd in een verlaging van de afschrijvingslasten van EUR 8,5 miljoen over het eerste halfjaar.

Immateriële vaste activa
Het verloop van de immateriële vaste activa gedurende het eerste halfjaar 2011 is als volgt te specificeren (in miljoenen euro's):

Boekwaarde begin boekjaar	903
Investeringen	12
Overboekingen	3
Valuta-omrekenverschillen	6
Afschrijvingen	- 8
Waardeaanpassing verplichting inzake put optie	36
Boekwaarde einde boekjaar	**952**

In het eerste halfjaar van 2011 is de waarde van de verplichting inzake de put-optie met betrekking tot DMV-Fonterra Excipients Gmbh & Co KG gestegen met EUR 36 miljoen, deze waardevermeerdering is toegevoegd aan de goodwill. De totale verplichting inzake de put-optie bedraagt per 30 juni 2011 EUR 115 miljoen en is opgenomen onder de overige langlopende verplichtingen.

Voorraden
Van de voorraad gereed product en handelsgoederen is EUR 118 miljoen (2010: EUR 245 miljoen) gewaardeerd tegen lagere opbrengstwaarde. De afwaardering bedraagt EUR 14 miljoen per 30 juni 2011.

Niet uit de balans blijkende verplichtingen
De niet uit de balans blijkende verplichtingen wijken niet materieel af van die welke zijn opgenomen in de laatst verschenen jaarrekening van 2010.

Transacties met verbonden partijen
Er heeft geen wijziging plaatsgevonden in de aard en omvang van de informatie over verbonden partijen ten opzichte van de toelichting in de jaarrekening van 2010.

Gebeurtenissen na balansdatum
Op 10 juli 2011 is als gevolg van hevige regenval de productielocatie van FrieslandCampina WAMCO Nigeria Plc. onder water gelopen. Deze gebeurtenis heeft geleid tot een schade die naar verwachting grotendeels zal worden gedekt door de verzekering.

Amersfoort, 26 augustus 2011

FrieslandCampina speelt een belangrijke rol in de dagelijkse voorziening van voeding aan honderden miljoenen mensen verspreid over de wereld. Het gaat hierbij om producten als zuiveldranken, baby- & kindervoeding, kaas, boter, room, desserts en functionele ingrediënten op basis van zuivel. Naast consumentenproducten worden ook producten geleverd aan professionele afnemers, aan de voedingsmiddelenindustrie en aan de farmaceutische sector.

FrieslandCampina kan bogen op meer dan 130 jaar ervaring in zuivel. Met een jaaromzet van bijna 9 miljard euro is FrieslandCampina een van de grootste zuivelondernemingen in de wereld. De onderneming is op het gebied van consumentenproducten actief in een groot aantal Europese landen, in Azië en in Afrika. De verkoop aan industriële afnemers vindt wereldwijd plaats. FrieslandCampina heeft eigen vestigingen in 25 landen met in totaal ruim 19.000 medewerkers. De producten van FrieslandCampina vinden hun weg naar meer dan 100 landen.

Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., met 14.800 leden-melkveebedrijven in Nederland, Duitsland en België, is de eigenaar van Koninklijke FrieslandCampina N.V.

Koninklijke FrieslandCampina N.V.
Stationsplein 4
3818 LE Amersfoort
T +31 (0)33 713 3333

www.frieslandcampina.com