

# persbericht

Voor meer informatie:

FrieslandCampina  
Corporate Communication  
Rob van Dongen  
T + 31 (0)522 276 334  
[www.frieslandcampina.com](http://www.frieslandcampina.com)

Donderdag 26 maart 2009

*Geografische spreiding, brede pakket toegevoegde waarde producten en merken bewijzen hun meerwaarde*

## Goede prestatie FrieslandCampina in moeilijk zuiveljaar

Amersfoort - **Koninklijke FrieslandCampina N.V. heeft, gezien de marktomstandigheden, in 2008 goed gepresteerd. De nieuwe onderneming, ontstaan door de fusie van Friesland Foods en Campina, betaalt de leden-melkveehouders over 2008 een melkprijs van 36,37 euro per 100 kilo boerderijmelk (excl. BTW), een stijging van 4,4 procent ten opzichte van 2007. De netto-omzet steeg met 446 miljoen euro tot 9,5 miljard euro. De winst over 2008 kwam uit op 135 miljoen euro. De geografische spreiding, het brede pakket toegevoegde waarde producten en merken bewezen hun meerwaarde. Commodities (melkpoeder, boter en een deel van het kaasassortiment) hadden het juist erg moeilijk. De wereldwijde recessie heeft een negatief effect op de prijsontwikkeling. FrieslandCampina neemt daarom aanvullende maatregelen op het gebied van investeringen, kostenbeheersing en productie-efficiency.**

### Hoofdpunten 2008

- Melkprijs voor leden-melkveehouders stijgt naar 36,37 euro per 100 kg boerderijmelk (excl. BTW). Garantieprijs 35,89 euro, prestatietoeslag 0,48 euro (excl. BTW; bij 4,41 procent vet en 3,47 procent eiwit);
- Goede prestaties met producten met toegevoegde waarde in de business groups Consumer Products Western Europe, Consumer Products International en Ingredients;
- Tegenvallende resultaten in de business groups Cheese & Butter door lagere verkoopprijzen voor commodities zoals kaas en boter door onevenwichtigheid in vraag en aanbod;
- Winst 135 miljoen euro, een daling met 121 miljoen euro (de winstcijfers van 2008 en 2007 zijn door verschillende berekeningsmethodes van de melkprijs niet volledig met elkaar te vergelijken)
- Netto-omzet groeit met 5 procent (446 miljoen euro) naar 9,5 miljard euro door prijsstijgingen en effect van acquisitie Satro;
- Kasstroom uit operationele activiteiten stijgt tot 315 miljoen euro (+81 miljoen euro);
- Solvabiliteit 30,0 procent (2007: 32,8 procent);
- 25 miljoen euro (0,29 euro per 100 kilogram melk) wordt gereserveerd op naam van de leden-melkveehouders in de vorm van ledenobligaties vast;
- 71 miljoen euro wordt toegevoegd aan de algemene reserve.

### **Merken bewijzen meerwaarde**

Cees 't Hart, CEO van Koninklijke FrieslandCampina N.V.: "Onze geografische spreiding, ons brede pakket van toegevoegde waarde producten en onze merken bewijzen hun meerwaarde, waardoor we in het moeilijke jaar 2008 onze leden-melkveehouders toch een goede melkprijs kunnen betalen. De wereldwijde economische recessie zal gevolgen hebben op de prijsontwikkeling in de markt, ons resultaat en dus op de melkprijs voor de leden-melkveehouders in 2009. Daarom moeten we dit jaar extra inzetten op kostenbesparingen, investeringsbeperkingen en productie-efficiency. De huidige economische situatie biedt ook kansen, juist omdat we net gefuseerd zijn. Onze gebundelde innovatiekracht en de melkexpertise van onze medewerkers moet ons in staat stellen op de juiste wijze op de wensen van klanten en consumenten in te spelen. Dat geldt zowel op het gebied van consumentenproducten, als voor zuivelingsrediënten."

### **Financiële prestaties**

**Marktomstandigheden** - Door het hoge prijsniveau van zuivelproducten was er in de eerste helft van 2008 sprake van vraaguitval van consumenten in met name Azië en Afrika. Daarnaast nam de vraag af als gevolg van het gebruik van alternatieven voor zuivelgrondstoffen bij afnemers. In combinatie met een geleidelijke toename van de wereldwijde melkproductie leidde dit tot onevenwichtigheid tussen productie en vraag. Hierdoor ontstond wereldwijd voorraadvooring. Als gevolg hiervan kwamen de prijzen voor melkpoeder, weipoeder, boter en kaas onder druk te staan. Ook de lage koers van de dollar maakte de concurrentie op de wereldmarkt lastig voor eurolanden. Gedurende het verslagjaar daalden de opbrengstprijzen voor kaas, boter en melkpoeder steeds verder met als gevolg dat ook de opbrengstprijzen voor dagverse en langhoudbare zuivel geleidelijk onder druk kwamen te staan. In Azië en Afrika herstelden de marges zich in de tweede helft van het jaar als gevolg van de dalende inkoopkosten van melk, melkpoeder en boter.

De kredietcrisis en als gevolg daarvan de snel verslechterende economische ontwikkelingen, hadden in 2008 nog beperkt invloed op de omzetontwikkeling en het resultaat. In de laatste maanden van het jaar werd zichtbaar dat handelspartijen voorzichtiger werden met het plaatsen van orders. In combinatie met het ruime aanbod van zuivelproducten als gevolg van de toename van de wereldwijde melkproductie, heeft dit een prijsdrukkend effect gehad.

**Netto-omzet** - De netto-omzet is ten opzichte van 2007 (9,0 miljard euro) met 446 miljoen euro gestegen tot 9,5 miljard euro. Alle vier de business groups droegen hier aan bij. De toename van de omzet bedroeg bij de business group Consumer Products International 9 procent, bij Ingredients 7 procent, bij Cheese & Butter 3 procent en bij Consumer Products Western Europe bleef de omzetstijging beperkt tot 1 procent.

**Melkprijs** - De melkprijs voor 2008 komt uit op 36,37 euro (exclusief BTW) per 100 kilogram melk (bij 4,41 procent vet en 3,47 procent eiwit). De garantieprijs over 2008 is 35,89 euro (exclusief BTW). De prestatietoeslag bedraagt 0,48 euro per 100 kilogram melk. Daarnaast wordt 0,29 euro per 100 kg gereserveerd op naam. De melkprijs over 2007 bedroeg 34,85 euro (exclusief BTW). Deze melkprijs is gebaseerd op de gemiddelde melkprijzen van Friesland Foods en Campina in 2007, die via verschillende methodes zijn bepaald.

**Winst** - De winst over 2008 is 135 miljoen euro. Dit is 121 miljoen euro lager dan de winst in 2007 (256 miljoen euro). De winstcijfers van 2008 en 2007 zijn door verschillende berekeningsmethodes van de melkprijs niet volledig met elkaar te vergelijken. De belangrijkste reden voor de afname van de winst is de forse druk op de marges van de commodities zoals kaas, boter en melkpoeder. Producten met toegevoegde waarde deden het beter; dit blijkt uit de resultaten van de business groups Consumer Products Western Europe, Consumer Products International en Ingredients.

**Bedrijfsresultaat** - Het bedrijfsresultaat van FrieslandCampina in 2008 komt uit op 248 miljoen euro (2007: 373 miljoen euro). De kosten van grond- en hulpstoffen en handelsgoederen bedroegen in 2008 6,4 miljard euro. (2007: 6,0 miljard euro). In 2008 is circa 11,4 miljard kilogram melk verwerkt waarvan 8,6 miljard kilogram afkomstig was van de leden-melkveehouders uit Nederland, Duitsland en België. In 2007 was dit 11,7 miljard kilogram in totaal en 8,7 miljard kilogram van de leden-melkveehouders. De personeelskosten bedroegen in 2008 796 miljoen euro. In 2007 ging het om 776 miljoen euro. Het aantal medewerkers was in 2008 20.568 (2007: 20.774). De externe kosten voor de fusie bedroegen 28 miljoen euro. Deze kosten betreffen vooral juridische ondersteuningskosten in verband met het mededingingstraject bij de Europese Commissie en advieskosten. De belastinglast daalde fors tot 15 miljoen euro (2007: 68 miljoen euro). De voornaamste oorzaken hiervan zijn de lagere resultaten in enkele landen en het activeren van compensabele verliezen.

**Kasstroom** - De kasstroom uit operationele activiteiten is met 81 miljoen euro toegenomen tot 315 miljoen euro (234 miljoen euro in 2007). Dit is het gevolg van de verbetering van het werkkapitaal. In 2007 was sprake van een stijging van het werkkapitaal. Aan deze ongewenste ontwikkeling is in 2008 veel aandacht besteed, wat duidelijk vruchten heeft afgeworpen. Door de speciale werkkapitaal-reductieprogramma's zijn de voorraden gedaald in volume. De waarde van de voorraad is eveneens gedaald als gevolg van dalende prijzen. Ook de daling van de post debiteuren heeft bijgedragen aan de verbetering van het werkkapitaal. De investeringen in grond, gebouwen, installaties en immateriële activa bedroegen 240 miljoen euro (2007: 304 miljoen euro).

**Groepsvermogen** - Het groepsvermogen bedroeg eind 2008 1,5 miljard euro (2007: 1,7 miljard euro). In 2008 heeft het proces van de intrekking van de certificaten van aandelen B van Friesland Foods plaats gevonden. 71 procent van deze certificaten van aandelen B zijn omgezet in ledenobligaties-vrij, die behoren tot het groepsvermogen van FrieslandCampina. Het overige deel van de waarde van de certificaten van aandelen B is in contanten uitbetaald. Ook is in 2008 78 miljoen euro aan dividend over het jaar 2007 uitgekeerd.

Het groepsvermogen nam toe door de reservering van 71 miljoen euro uit de winst van 2008. Daarnaast is 25 miljoen euro gereserveerd op naam van de leden-melkveehouders in de vorm van ledenobligaties-vast. Tevens heeft de onderneming obligaties ter waarde van 475 miljoen euro uitgegeven aan Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A.

**Solvabiliteit** - De solvabiliteit (groepsvermogen als percentage van het balanstotaal) was 30,0 procent (2007: 32,8 procent). De nettoschuld bedraagt in 2008 1.494 miljoen euro (2007: 1.343 miljoen euro). De nettoschuld is onder meer toegenomen door de betaling in contanten in het kader van de intrekking van de certificaten van aandelen B. Aan de normen van financiers, uitgedrukt in financiële kengetallen, wordt voldaan.

**Reservering** - Aan de algemene reserve van de vennootschap is 71 miljoen euro toegevoegd. 25 miljoen euro wordt gereserveerd op naam van de leden-melkveehouders in de vorm van ledenobligaties-vast (0,29 euro per honderd kilogram melk). De totale toevoeging aan het eigen vermogen is daarmee 96 miljoen euro.

### **Prestaties per business group**

FrieslandCampina heeft haar commerciële activiteiten ondergebracht in vier business groups: Consumer Products Western Europe, Consumer Products International, Cheese & Butter en Ingredients. Het assortiment bestaat uit melk, baby- en kindervoeding, zuivel dranken, yoghurts, desserts, kaas, boter, room, melkpoeder, ingrediënten uit zuivel, vruchtensappen en vruchtendranken.

**Consumer Products Western Europe** – Deze business group (omzet 2008: 3,0 miljard euro) presteerde fors beter dan in 2007. Het bedrijfsresultaat bedroeg 181 miljoen euro. Een belangrijke focus is het health & wellness segment. Deze focus leidde in Nederland tot een stijgende omzet voor Campina Optimel, Campina Vifit en Goedemorgen! Dagverse producten zoals melk, yoghurt en vla hadden het moeilijk omdat de supermarkten zich meer richten op huismerken; niettemin werd Campina in 2008 voor de zevende maal op rij het grootste merk in de Nederlandse supermarkt. Appelsientje wist haar positie als marktleider vast te houden evenals Chocomel/CéCémeL.

In Duitsland verbeterden de resultaten aanzienlijk door de focus op zuivelproducten met toegevoegde waarde. Landliebe werd met succes opnieuw gepositioneerd. Campina Optiwell Control had het moeilijk, maar de desserts onder het merk Campina Puddis hadden een prima jaar.

In de professionele markt was er sprake van groeiende concurrentie, maar het merk Debic versterkte zijn toonaangevende voortrekkersrol als het vertrouwensmerk voor de Europese foodservice-markt.

De omzet van **Consumer Products International** was in 2008 2,5 miljard euro. Het bedrijfsresultaat bedroeg 166 miljoen euro. Het resultaat was minder goed dan in 2007. Belangrijke oorzaken hiervan waren de ontwikkelingen in de eerste helft van 2008. Hoge grondstofprijzen konden slechts geleidelijk of gedeeltelijk worden doorvertaald in de verkoopprijzen. In de tweede helft van 2008 verbeterde deze situatie.

In Nigeria werd een groei van het volume gerealiseerd en steeg het aandeel van Peak opnieuw. In Vietnam steeg de omzet van de merken Dutch Lady en Friso en groeide het marktaandeel verder. In Thailand wist Foremost het marktaandeel te vergroten en verbeterde de marktpositie van Betagen. In Maleisië was weliswaar sprake van een krimpende zuivelmarkt, maar de onderneming wist er haar marktaandeel te verhogen. In Rusland nam zowel omzet als volume toe en werd het marktaandeel vergroot. Ook

krijgt het segment health & wellness er steeds meer aandacht. Op de zeer concurrerende Griekse markt steeg de omzet en groeide het marktaandeel.

Voor de business group **Cheese & Butter** was 2008 een lastig jaar. De omzet bedroeg 2,5 miljard euro. Het bedrijfsresultaat was 77 miljoen euro negatief en daarmee minder goed dan in 2007. De belangrijkste reden hiervoor is gedurende het gehele jaar een steeds verdergaande daling van de verkoopprijzen van kaas en boter als gevolg van het grote aanbod in Europa.

De natuurgerijpte Goudse kaas deed het voor het grootste deel van het jaar goed. Bij de foliekaas was er duidelijk sprake van prijsdalingen als gevolg van een afnemende vraag en een stijgend aanbod. Hoewel de trend van prijsdalingen ook geldt voor producten met toegevoegde waarde heeft Milner zowel afzet als marktpositie verbeterd. In de botermarkt was er sprake van prijsdalingen, vooral in de tweede helft van het jaar.

De omzet van **Ingredients** was in 2008 1,4 miljard euro. Het bedrijfsresultaat was 69 miljoen euro. De resultaten zijn minder goed dan in 2007. Dit heeft vooral te maken met de lage opbrengstprijzen van melkpoeder.

FrieslandCampina Domo realiseerde een duidelijke groei in de omzet. Deze verbetering kwam tot stand door het op de markt brengen van nieuwe producten en concepten. De volumegroei in specialties zette zich door doordat steeds meer functionele producten, zoals Vivinal GOS, worden gebruikt in kindervoeding. De marges voor standaardproducten stonden onder druk.

FrieslandCampina Kievit, specialist in encapsulatietechnologie, wist ondanks stijgende inkooprijzen en een stagnerende afzet het goede resultaat van 2007 vast te houden. FrieslandCampina DMV had een moeilijk jaar. In de eerste helft van 2008 lagen de prijzen van basiszuivelproducten nog op een hoog niveau en dat zorgde voor een aanzienlijke vraaguitval omdat afnemers zochten naar goedkopere alternatieven. FrieslandCampina Dairy Feed, FrieslandCampina Creamy Creation en de joint-venture DMV-Fonterra Excipients deden het goed in 2008.

### **Vooruitzichten 2009**

De huidige economische ontwikkelingen zorgen voor een grote mate van onzekerheid bij het bedrijfsleven en consumenten. Het gebrek aan vertrouwen, dat als gevolg van de kredietcrisis is ontstaan, heeft in veel landen geleid tot een recessie. De opbrengstprijzen van vooral de standaardzuivelproducten (commodities) staan wereldwijd onder druk met name als gevolg van terughoudendheid van de vraag bij afnemers. De ontwikkelingen op korte en middellange termijn zijn zeer moeilijk in te schatten. Inmiddels zijn voor 2009 aanvullende maatregelen genomen op het gebied van investeringsbeperkingen, kostenbeheersing en productie-efficiency. Over de resultaatverwachting voor 2009 wordt geen uitspraak gedaan.

## Kerncijfers<sup>1</sup>

in miljoenen euro's, tenzij anders aangegeven

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
<b>Resultaten</b>		
Netto-omzet	<b>9.454</b>	9.008
Bedrijfsresultaat	<b>248</b>	373
Winst	<b>135</b>	256
Melkprijs in euro's per 100 kilogram (excl. BTW, bij 4,41% vet en 3,47% eiwit)	<b>36,37</b>	34,85
<b>Balans</b>		
Balanstotaal	<b>4.930</b>	5.128
Groepsvermogen	<b>1.480</b>	1.681
Eigen vermogen toe te rekenen aan aandeelhouders van de vennootschap en overige vermogensverschaffers	<b>1.395</b>	1.601
Nettoschuld	<b>1.494</b>	1.343
<b>Kasstroom</b>		
Netto kasstroom uit operationele activiteiten	<b>315</b>	234
Investerings in grond, gebouwen, installaties en immateriële activa	<b>240</b>	304
Afschrijvingen op gebouwen, installaties en immateriële activa	<b>219</b>	226
<b>Overige gegevens</b>		
Groepsvermogen als percentage van balanstotaal	<b>30,0</b>	32,8
Werknemers ( <i>gemiddeld aantal fte's</i> )	<b>20.568</b>	20.774
Aantal leden-melkveebedrijven einde jaar	<b>15.837</b>	16.977
Aantal leden einde jaar	<b>21.583</b>	22.297
Totaal verwerkte melk (in miljoenen kg)	<b>11.446</b>	11.700
Melkaanvoer van leden (in miljoenen kg)	<b>8.589</b>	8.734

<sup>1</sup> De cijfers van 2007 zijn pro forma

**Royal FrieslandCampina** is een multinationale onderneming die natuurlijke, voedingsrijke en hoogwaardige zuivelproducten en ingrediënten produceert en vermarkt. Smaak, gezondheid, gemak en betrouwbaarheid staan daarbij centraal. De jaaromzet van Koninklijke FrieslandCampina N.V. bedraagt, op basis van de cijfers van 2008, 9,5 miljard euro. De onderneming telt 21.000 medewerkers en beschikt over circa 100 productielocaties en verkoopvestigingen in 25 verschillende landen. FrieslandCampina heeft zijn commerciële activiteiten ondergebracht in vier business groups: Consumer Products Western Europe, Consumer Products International, Cheese & Butter, en Ingredients. Het assortiment bestaat uit consumptiemelk, melk in poeder- en geconcentreerde vorm, zuivelranken, yoghurts, desserts, room, koffieverrijkers, baby- en kindervoeding, kaas, boter en ingrediënten. Bekende merken zijn: Campina, Chocomel, Completa, Dutch Lady, Frisian Flag, Foremost, Betagen, Friesche Vlag, Fruttis, Fristi, Vifit, Landliebe, Milli, Mona, Optimel, Optiwell, Puddis, Pöttyös, NoyNoy, Peak, Rainbow, Yazoo, Appelsientje, DubbelFriss, CoolBest, Debic, Frico, Milner, Buttergold, Valess, DMV, Kievit, Domo, Creamy Creation en Nutrifeed. De onderneming heeft een coöperatieve basis. De 16.000 leden-melkveebedrijven, verenigd in Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A. zijn de eigenaren van en de leveranciers van melk aan Koninklijke FrieslandCampina N.V.