



met een franchiser uitgebaat. Een paar jaar geleden sprak het bedrijf nog de ambitie uit om uit te

breiden tot honderden locaties in het Midden-Oosten. Het is maar de vraag of die ambitie nog bestaat: na het uitbreken van de oorlog in de Gazastrook keerden veel Arabische klanten westerse bedrijven de rug toe. Onder meer Coca-Cola, Starbucks en McDonald's voelden de effecten daarvan op hun omzetcijfers. Ook Mexico – toch het hol van de leeuw voor een keten vernoemd naar de in Mexico zo geliefde peper – zal komend jaar een Chipotle-vestiging krijgen.

Niccols opvolger is Scott Boatwright, die sinds 2017 hoofd operationele zaken bij het concern was. Hij nam het stokje op een moeilijk moment over: zo rapporteerde het bedrijf dat de restaurants die al meer dan een jaar bestaan, tijdens het eerste

**ZO STORM-
ACHTIG ALS
DE GROEI VAN
CHIPOTLE IN
AMERIKA IS,
ZO INGETOGEN
IS DIE
DAARBUITEN**

kwartaal 0,4 procent minder omzet boekten dan een jaar eerder. Het was de eerste keer sinds coronajaar 2020 dat het bedrijf een omzetzakende rapporteerde. Vanaf februari, de eerste maand van Trumps presidentschap, “begonnen we te merken dat consumenten onzekerder zijn, wat hun uitgavenpatroon beïnvloedt”, zei Boatwright in april tegen analisten. Ook andere restaurantketens hadden daar last van: van Wendy's en Burger King tot Sweetgreen, overal kwamen minder klanten over de vloer, zo bleek uit de eerste kwartaalcijfers.

KRIMPFLATIE

Chipotle lijkt weinig ruimte te hebben als het gaat om het verhogen van zijn prijzen of het verkleinen van de porties. Het bedrijf werd eerder al een symbool van krimpflatie, omdat klanten er online over klaagden dat de burrito's en taco's steeds minder goed gevuld werden. Analisten van Wells Fargo publiceerden er een veelbe-

sproken onderzoek naar, waarbij zij 75 identieke bestellingen uit verschillende Chipotle-vestigingen op de weegschaal legden. Zij zagen geen bewijs voor kleinere porties, maar vonden wel een grote variatie: sommige bestellingen waren goed voor ruim 750 gram, andere voor minder dan 400. Het bedrijf reageerde op de ophef door de porties te vergroten, wat ruim een half procentpunt aan winstmarge kostte.

GESTEGEN KOSTEN

Een andere kostenpost is het vele werk dat gaat zitten in het met de hand snijden van paprika's, uien en avocado's in de restaurants. Een groter deel van dat werk wil Chipotle automatiseren, door het te laten uitvoeren door snijmachines. Dat moet ervoor zorgen dat de personeelskosten dalen en het minder vaak voorkomt dat een restaurant nog niet klaar is met alle voorbereidingen aan het begin van de werkdag. Wel maken de extra machines het opzetten van nieuwe restaurants duurder, een factor die meer van belang wordt door de brede handelsheffingen die de Verenigde Staten invoerden. Een probleem voor de groeiplannen hoeft dat niet direct te zijn, want Chipotle heeft een ijzersterke balans. Het concern heeft geen schulden en een cashpositie van liefst 1,4 miljard dollar. Terwijl het de investeringen in nieuwe restaurants doet, koopt het bedrijf ook regelmatig eigen aandelen in, goed voor 554 miljoen dollar in het eerste kwartaal van dit jaar.

Door op die manier geld terug te geven aan aandeelhouders signaleert Boatwright dat het bedrijf niet alleen een belegging in een groeiaandeel vertegenwoordigt. De vraag is wel of Chipotle de balans tussen groei en winstgevendheid vast kan houden. Gezien de koers-winstverhouding, die boven de veertig ligt op basis van de verwachte winst over het boekjaar 2025, heeft het concern maar weinig ruimte voor fouten.

