

UNILEVER KIEST VOOR ZEEP

Soep of zeep, dat was jarenlang de vraag onder beleggers die aandrongen op meer focus bij Unilever. Met de recentelijk voorgenomen overnames wordt het steeds duidelijker. Zeep dus.

TEKST: PATRICK BEIJERSBERGEN

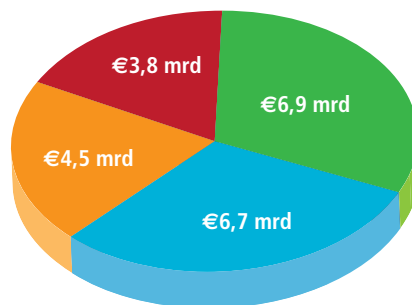
Unilever wil de Amerikaanse producent van lichaamsverzorgingsproducten Alberto Culver (NYSE-code ACV) overnemen voor 3,7 miljard dollar in contanten. Na deze aankoop wordt Unilever wereldmarktleider in haarverzorging en de nummer twee in shampoo.

De overname betekent ook dat van de vier productgroepen van Unilever, Persoonlijke Verzorging op weg is met afstand de grootste divisie te worden. Dat proces was al gaande als gevolg van een hogere autonome omzetgroei, bijvoorbeeld 7,9 procent in het tweede kwartaal van dit jaar, tegen slechts 0,3 procent groei voor de soepdivisie. Op basis van de cijfers over de eerste helft van 2010 was het al bijna zover.

OPRICHTERS AKKOORD

Alberto Culver maakt haar- en huidverzorgingsmiddelen en voert merken als TRESemmé, VO5 en Nexxus. De omzet bedraagt op jaarbasis 1,6 miljard dollar, wat neerkomt op 1,2 miljard euro. De overname moet nog worden goedgekeurd door de mededingingsautoriteiten en de aandeelhouders van Alberto Culver. De familie van oprichter Leonard Lavin zal er in

Omzetverdeling Unilever H1 2010: persoonlijke verzorging bijna even groot als voeding



- huishoudelijke verzorging (Cif, Omo, Sunlight)
- ijs (Magnum, Ben & Jerry's)
- persoonlijke verzorging (Axe, Dove, Lux, Vaseline)
- voeding (o.a. Becel, Calvé, Knorr)

ieder geval mee instemmen.

Unilever betaalt 3,7 miljard dollar voor het schuldenvrije bedrijf. Per aandeel is dat 37,50 dollar, een premie van 19 procent op de slotkoers van vrijdag 24 september. Het

aandeel noteerde daar maandag wel fractioneel boven, dus het is de vraag of het Unilever voor 37,50 zal lukken. Omdat er met cash kan worden betaald, zal de overname direct bijdragen aan de winst per aandeel. De cash rendeert namelijk bij de huidige rentestand zeer matig. Op wat langere termijn verwacht Unilever dat bovendien "belangrijke synergieën" kunnen worden behaald. Volgens topman Paul Polman vormen de aan te kopen merken een goede aanvulling op merken als Dove, Sunsilk en Vaseline.

Polman streeft een verdubbeling van de omzet na voor de komende jaren. Dan helpt de keuze voor zeep in plaats van soep. De omzetbijdrage van Persoonlijke Verzorging groeide in de laatste tien jaar van 20 naar 30 procent, hoofdzakelijk autonoom. Met overnames kan dat een stuk sneller. De voorgenomen overname van de verzorgingsproducten van Sara Lee (Sanex, Duschdas) past ook goed in dit plaatje. Overigens is deze aankoop nog altijd niet goedgekeurd door de mededingingsautoriteiten.

STEVIGE PRIJS

De prijs die Unilever betaalt is echter niet gering: ruim 25 keer de winst en 13 maal