

Greenyard mikt op meer toegevoegde waarde (vooral voor Marc Coucke)

Date : 7 december 2021

De beursgenoteerde groenten- en fruitdistributeur Greenyard brengt vandaag positief nieuws naar zijn aandeelhouders. Na [drie jaar met kommer en kwel](#) in overlevingsmodus te hebben geleefd, voorspelt het bedrijf opnieuw groei. Die groei moet komen van producten die meer toegevoegde waarde hebben en dus meer winst opleveren. Een krop sla verkopen, gereinigd, mooi verpakt en voorzien van een portie speciale saus levert meer winst op dan een krop sla verkopen die ongewassen in een bak in de winkel ligt. Die turn around is goed nieuws voor [Hein Deprez](#) die samen met zijn zuster 42 % controleert van het bedrijf. Maar het is ook goed nieuws voor [Marc Coucke](#). Die pompte in maart dit jaar [48 miljoen euro in Greenyard](#). Met geloof in het bedrijf dus. En dat loont. Nu is die participatie al 15 miljoen euro meer waard. Wanneer de bank KBC gelijk heeft en de koers van Greenyard doorgroeit tot 12,5 euro, tegenover 9,5 nu, kan Coucke aankijken tegen een winst van 32 miljoen euro.

Greenyard wil tegen het boekjaar 2024-2025 zijn omzet met 650 miljoen optrekken tot 5 miljard euro. De brutobedrijfswinst moet volgens dat plan elk jaar met 6 tot 7 procent stijgen naar ruim 200 miljoen euro in 2025. Het bedrijf bekijkt of het voor volgende boekjaar opnieuw een dividend kan uitkeren. In de Tijd legt CEO Marc Zwaaneveld uit waar die groei vandaan moet komen. Hij zet daarbij in op kant-en-klare bereidingen. Greenyard is nu nog hoofdzakelijk een volumeverkoper. Daarbij ligt de winstmarge van basisproducten als vers fruit en verse groenten laag. Elke 100 euro inkomsten uit verkoop van vers fruit en groenten levert 3 euro bedrijfswinst op. Producten die worden ingevroren of verwerkt tot soep of saus leveren substantieel meer op. In de afdeling conserven- en diepvriesgroenten, goed voor 20 % van de omzet, is de verkoop van 100 euro goed voor een bedrijfswinst van 7,40 euro.

Zwaaneveld is er van overtuigd dat die strategie de juiste is. Greenyard moet dan wel de consumenten weten te bereiken en te overtuigen. De CEO sluit zelfs niet uit dat groei ook kan komen door gerichte overnames van concurrenten. Marc Coucke is alvast overtuigd. Hij moest zijn aandelen minstens 180 dagen aanhouden, dus tot september dit jaar. Maar het ziet er niet naar uit dat hij onmiddellijk zal verkopen.